Publics : quelles attentes ?
Bibliothèques : quelles concurrences ?

Actes du colloque qui s'est tenu le 24 juin 2004,
au Grand auditorium de la Bibliothèque nationale de France,
site François-Mitterrand,
coorganisé par l'Observatoire permanent de la lecture publique à Paris (OPLPP) et Médiadix.

Bibliothèque publique d'information
Centre Pompidou

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère Culture Communication

Président du Centre Pompidou
Bruno Racine

Directeur général du Centre Pompidou
Bruno Maquart

Directeur de la Bpi
Gérald Grunberg

Responsable du pôle Action culturelle et communication
Dominique Tabah

Responsable Édition / Diffusion
Arielle Rousselle

Débat
Organisation
Aline Girard-Billon (OPLPP)
Yves Desrichard (Médiadix)

Publication
Coordination
Annette Alix-Labalette (Mairie de Paris)
Isabelle Dussert-Carbone (Bpi)

Chargées d'édition
Fabienne Charraire
Arielle Rousselle

Mise en page
Fabienne Charraire

Catalogue disponible sur
http://www.bpi.fr, rubrique
Éditions de la Bibliothèque
publique d'information
Distribution numérique
par GiantChair.com

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information/Centre Pompidou, 2005.
ISBN 2-84246-090-1
ISSN 1765-2782

Avertissement

Vous trouverez ci-dessous le programme complet du colloque. Toutefois, vous pourrez constater que nous ne rendons pas compte ici de toutes les communications, les participants à cette journée ne nous ayant pas tous fait parvenir leur intervention, soit qu'ils ne l'aient pas souhaité, soit qu'ils aient souhaité nous l'adresser ultérieurement. Nous vous présentons ici les communications dont nous disposons, d'autres pourront être intégrées suivant leur arrivée.

Sommaire

3 **Avertissement**

7 **Discours d'ouverture**
Jean-Noël Jeanneney
Marie-Anne Toledano
Christophe Pavlidès

15 **Publics, usages, territoires**

17 **Pratiques culturelles et nouvelles mobilités**
Alain Lefebvre

23 **Table ronde : Les publics à Paris**
Quels usages ? Quelles attentes ?

25 **L'enquête sur le public des bibliothèques de la Ville de Paris. Juin 2003**
Yves Alix

29 **D'une Bpi à l'autre :**
quelques enseignements de l'enquête 2003 sur les publics
Olivier Chourrot

33 **Les lecteurs de la bibliothèque d'étude**
(Haut-de-jardin) de la BnF
Romuald Ripon et Denis Bruckmann

39 **Les étudiants et les BU :**
Quelles pratiques ? Quelles attentes ?
Daniel Renoult

– **[Texte non communiqué]**
Stéphane Wahnich

– **Les bibliothèques ont-elles (encore) une place dans le champ culturel ?**
[Texte non communiqué]
Patrick Bazin

41 **Concurrences et complémentarité**

43 **Bibliothèques, librairies, grandes surfaces et vente par correspondance,**
quelles concurrences autour du livre ?
Bernadette Seibel

51 **Le public du cinéma en médiathèques**
Christophe Evans

– **La bibliothèque de Rotterdam : un pari réussi [Texte non communiqué]**
Frans Meijer

59 **Bibliothèque et concurrence :**
par quel(s) bout(s) prendre la question ?
Dominique Lahary

79 **Synthèse du colloque**
Jean-François Jacques

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

Discours d'ouverture

Jean-Noël Jeanneney, président de la BnF

Je me réjouis de vous accueillir ici, à la Bibliothèque nationale de France, au nom de l'ensemble de son personnel, de la directrice générale, Agnès Saal, de la directrice des collections, Jacqueline Sanson, et de tous ceux qui ont souhaité que ces travaux – auxquels nous accordons beaucoup d'attention – se déroulent dans les meilleures conditions possibles. J'espère qu'à cet égard, ceux d'entre vous qui ne sont pas encore très familiers avec nos emprises – ce qui doit être rare – trouveront l'occasion d'en faire mieux connaissance. Mais ce souci matériel est secondaire par rapport à l'intérêt intellectuel de politique des bibliothèques qui nous réunit aujourd'hui.

Je voudrais avant toute chose, si vous le permettez, saluer nos amis étrangers qui nous ont fait l'amitié de venir et qui soulignent par leur présence, par l'honneur qu'ils nous font, combien nous sommes soucieux de nous ouvrir au-delà de nous-mêmes, même si c'est de Paris qu'il s'agit de traiter aujourd'hui. Convaincus ici, à la Bibliothèque, du prix qu'il y a à échanger des expériences de toutes les façons possibles, nous organisons régulièrement des rencontres avec les professionnels que vous êtes. Il s'agit de nous connaître mieux nous-mêmes ou plutôt de mieux connaître ceux qui viennent tirer profit, avantage, intérêt de ce que nous offrons.

Nous sommes tous persuadés que le propos qui nous réunit aujourd'hui est de grande importance. Connaître le public, c'est, en définitive, approfondir notre réflexion sur notre raison d'être puisqu'il s'agit de savoir ce que les services que nous proposons peuvent rencontrer d'attentes des uns et des autres. Vous êtes ici, si j'ai bien compris, dans un thème qui prolonge les thèmes antérieurs, puisque vous avez déjà évoqué, en 1998, les publics et les usages des bibliothèques à Paris[1]. Mais, cette fois-ci, il s'agit plus directement de réfléchir à ces publics et si vous avez employé les mots de « concurrence », peut-être est-ce avec le dessein de piquer l'intérêt… On aurait pu dire aussi : « quelles complémentarités ? », mais les concurrences fécondes sont toujours destinées à aboutir à la complémentarité. « Quelles concurrences ? », autrement dit : comment faire pour que, tout en ayant forcément des plages de recouvrement, nous affinions ce que chacun peut offrir de spécifique, avec la fierté d'ailleurs de ces spécificités qui font un des bonheurs de nos métiers. Nous allons tous être, ici, du côté de la Bibliothèque, attentifs à ce qui se dira.

Je rappelle que nous-mêmes consacrons beaucoup d'énergie et de réflexion – et notamment du côté de notre direction –, de mois en mois, quasiment de semaines en semaines, à essayer de mieux connaître ceux qui fréquentent nos emprises. Les enquêtes que nous faisons sont à la disposition des uns et des autres. Depuis la naissance même de la Bibliothèque nationale de France, depuis le choix stratégique qui a été celui de différencier ce Haut-de-jardin où vous êtes et ce Rez-de-jardin qui s'inscrit plus directement dans la tradition de la Bibliothèque nationale, dès lors que ces deux ensembles, à la fois complices et différents, ont été dessinés,

1. *Publics et usages des bibliothèques : un défi pour la coopération*, Éditions de la Bibliothèque publique d'information/Centre Pompidou-OPLPP, 1998.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

ISBN 2-84246-090-1

il nous revient de nous interroger sans relâche sur ceux qui viennent, ceux qui souhaitent venir, ceux qui le font, ceux qui éventuellement le souhaiteraient et ne le font pas, ceux qui ne le souhaitent pas et qui ont tort de ne pas le souhaiter…

Je m'arrête car tout cela pourrait devenir vertigineux et je ne souhaite vous entraîner vers aucune ébriété intellectuelle. Nous allons être très raisonnables, mais nous savons bien – je le sais parce qu'il y a déjà quelque temps que j'ai été appelé à faire partie de votre belle corporation –, qu'à cet égard, dès que l'on s'approche de notre vie quotidienne, il est toujours très difficile de distinguer la raison et la passion. Au fond je ne m'en plains pas.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

Marie-Anne Toledano, sous-directrice de la diffusion culturelle de la Ville de Paris

C'est avec plaisir que j'ouvre, au nom du maire de Paris, Bertrand Delanoë, et de son adjoint chargé de la Culture, Christophe Girard, ce quatrième colloque de l'OPLPP. Je tiens également à remercier très chaleureusement le président Jeanneney et l'ensemble de ses collaborateurs pour le soutien constant que la Bibliothèque nationale de France apporte à l'OPLPP, dans l'organisation bien sûr de ce colloque, par la mise à disposition de tout un soutien technique et humain pour la tenue de cette journée, mais aussi pour le soutien et l'accueil toujours très chaleureux.

Ce colloque est organisé pour la première fois cette année avec Médiadix, qui est un organisme de formation et, depuis de très nombreuses années, un partenaire de la Ville de Paris, et je salue Monsieur Pavlidès, son directeur, qui interviendra tout à l'heure.

Le thème qui nous réunit aujourd'hui est : « Publics, quelles attentes ? » Vous verrez, au cours de cette journée, que plusieurs enquêtes récentes à Paris et en Île-de-France peuvent surprendre par leurs résultats qui vont parfois à l'encontre de certaines idées reçues, en tout cas pour les bibliothèques parisiennes. La question de la concurrence, est une question plus nouvelle qu'il n'y paraît, même si, à la fondation de l'OPLPP la question de la concurrence était plutôt celle des bibliothèques entre elles, sur un territoire donné qui était celui du territoire parisien. Je crois que l'OPLPP a fonctionné comme une instance qui a permis des rencontres, qui a permis de mieux se connaître, et la question de la concurrence ne se pose plus tant entre les bibliothèques, dont les missions sont sous-tendues par une appartenance commune au service public, mais par rapport à ce qui n'est pas le service public et qui est le marché. Par ailleurs, vous verrez que les résultats des enquêtes montrent que les clivages ne sont pas si tranchés entre les termes de fréquentation des bibliothèques, mais que la question est plutôt : « Qui est lecteur ? », et : « Qui n'est pas lecteur ? » Et je crois que les travaux d'aujourd'hui vont nous permettre de mieux préciser les contours de ce public qui fréquente ou ne fréquente pas les bibliothèques de lecture publique quelles qu'elles soient, qu'elles relèvent d'une collectivité territoriale ou de l'État. Il me semble que ce qui a présidé à la tenue de ce colloque, c'est ce premier constat, et de s'interroger, pour les années qui viennent sur la façon dont, au sein de l'OPLPP, nous pourrons travailler ensemble.

Mettre en valeur des ressources documentaires, vérifier des intuitions, étayer des analyses, mettre en commun des outils de connaissance et d'action entre les grandes instances concernées par la lecture publique à Paris, telles étaient les missions fondatrices de l'OPLPP. Je tiens à rappeler que cette institution a été créée en 1995, sur une initiative de Jean-Jacques Aillagon, alors directeur des Affaires culturelles de la Ville de Paris. L'Observatoire permanent de la lecture publique à Paris (OPLPP) réunit l'ensemble des instances concernées par la lecture et les bibliothèques à Paris et mène, depuis sa création, de nombreuses actions concertées (enquêtes, colloques, publications), dont la presse professionnelle se fait régulièrement l'écho.

Pour rappel, les membres de l'OPLPP sont :
- la Direction des Affaires culturelles de la Ville de Paris ;
- la Bibliothèque publique d'information ;

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005

ISBN 2-84246-090-1

• la Bibliothèque nationale de France ;
• la Médiathèque de la Cité des sciences et de l'industrie ;
• la Bibliothèque Sainte-Geneviève ;
ainsi que :
• le ministère de la Culture et de la Communication (Direction du livre et de la lecture et Direction régionale des affaires culturelles d'Île-de-France) ;
• le ministère de l'Éducation nationale (Sous-direction des bibliothèques et de la documentation) ;
• le Conseil supérieur des bibliothèques ;
• La Joie par les livres.

De 1995 jusqu'en juin 2000, c'est Michel Sineux, ancien responsable du Service scientifique des bibliothèques de la Ville de Paris, et par ailleurs ancien président de la FFCB, qui a assumé la coordination des travaux de cette instance. Depuis juillet 2000, c'est Aline Girard-Billon, responsable du Service technique de la Ville de Paris, qui lui a succédé.

Depuis l'an 2000, force est de constater un relatif essoufflement, malgré des travaux significatifs : trois colloques, des enquêtes de public, des statistiques publiées, l'édition du plan guide *Paris en bibliothèques*. Effectivement, nous avons un problème qui ne sera pas traité aujourd'hui mais dont je me dois de vous dire que nous espérons qu'il sera réglé dans les prochains mois. L'OPLPP souffrait cruellement jusque-là d'un manque d'existence juridique et nous sommes désormais assez certains de voir naître juridiquement l'OPLPP sous la forme d'une association de la loi 1901. Ce projet est en cours de validation et nous sommes convaincus que cette personnalité juridique lui donnera un nouvel élan et des perspectives d'ouverture qu'il n'a pas su trouver sous sa forme actuelle, trop informelle. Notamment l'ouverture se fera au-delà du territoire parisien, une ouverture en direction du territoire de la région Île-de-France.

Les projets pour 2004-2006, au-delà de la création d'une association qui sera ouverte à d'autres partenaires et à d'autres financements, c'est bien sûr la poursuite de la publication des brochures. Déjà prévue, coordonnée par la bibliothèque Forney de la Ville de Paris, la réalisation d'un guide des ressources documentaires sur le costume, la mode et le textile. En 2006, sous la coordination de la Cité des sciences, un document sur la santé et l'environnement.

Par ailleurs, en tant que représentante de la Ville de Paris, je souhaitais brièvement vous informer de quelques initiatives et projets qui, je crois, prennent tout leur sens aujourd'hui dans le contexte qui est le nôtre. Tout d'abord, le développement de rencontres professionnelles, non plus au niveau départemental mais au niveau régional ; une première réunion s'est tenue le 13 mai 2004 avec les départements 77, 78, 91 et 95 et une deuxième rencontre entre bibliothécaires départementaux et bibliothécaires de la Ville de Paris est prévue au quatrième trimestre. Nous comptons bien constituer des groupes de travail entre Paris et les départements d'Île-de-France qui puissent travailler de façon constante. Évidemment, l'OPLPP et la Région seront partie prenante de ces actions de coopération que nous comptons construire dans les années à venir.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*
ISBN 2-84246-090-1

Et puisque nous sommes ici au cœur du réseau documentaire français, je voudrais vous annoncer publiquement la décision qui a été prise par la Ville de Paris, et sa mise en œuvre prochaine, de l'informatisation des bibliothèques spécialisées de la Ville de Paris et de ses fonds patrimoniaux. Paris était une des dernières capitales à ne pas avoir informatisé ses fonds patrimoniaux dont la richesse inouïe n'est pas connue précisément, même par les bibliothèques de la Ville de Paris – nous l'évaluons à un fonds de six millions de documents. Ainsi, dans les prochaines années, Paris pourra enfin intégrer les réseaux documentaires nationaux et internationaux avec un marché en investissement de plus de quatre millions d'euros dont la première étape est fixée à la mi-2005. Parallèlement, Paris va numériser ses collections d'imprimés, photographies et documents sonores, avec un objectif de huit cent mille documents disponibles. Enfin, nous avons un autre projet, la réactualisation des catalogues de prêts qui seront accessibles sur l'Internet dès l'été 2004.

Je voulais donc évoquer ces nombreux chantiers et constater que près de dix ans après la création de l'OPLPP, nous sommes amenés à penser sous un angle différent la question qui était fondatrice et qui était celle des publics et de leurs complémentarités. Effectivement le contexte a changé et nous disposons aussi, grâce à l'OPLPP, de nombreux instruments qui nous permettent d'affirmer les réponses aux questions que nous nous posons.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

Christophe Pavlidès, directeur de Médiadix

Je serai bref. Je voudrais simplement rappeler pourquoi Médiadix co-organise ce colloque avec l'OPLPP. Médiadix est un centre de formation continue des bibliothèques. Il y a douze centres de formation en France et Médiadix est celui de l'Île-de-France ; à ce titre il dessert un tiers de la profession. La mission d'un centre de formation est d'assurer des formations, des stages de perfectionnement, des préparations de concours, y compris en partenariat avec cet établissement sur certains concours de bibliothécaires adjoints spécialisés. Seulement, il me paraît, et c'était déjà la réaction de mon prédécesseur, qu'on ne peut pas prétendre faire de la formation continue sans constamment interroger ce sur quoi on fait de la formation continue. Sinon, à toujours reproduire les mêmes formations, les mêmes stages, on passe à côté des évolutions professionnelles, et vous savez tous à quel point nous sommes dans un secteur professionnel en perpétuelle évolution. C'est pourquoi Martine Poulain avait commencé à organiser de nombreuses journées d'études, et nous avons continué, notamment avec Yves Desrichard, qui a plus spécialement participé à la co-organisation de cette journée avec l'OPLPP. Nous continuerons à organiser de telles journées d'études, au rythme de quatre ou cinq par an, pour interroger l'évolution des techniques professionnelles – nous avons travaillé sur les formats, par exemple, et nous ferons en octobre une journée un peu provocatrice qui s'appellera « la fin du catalogage ?! ». Nous prévoyons aussi des journées sur des évolutions de notre environnement juridique – nous avons fait au mois de mai une journée sur le droit d'auteur. Et comme être bibliothécaire, c'est aussi, et peut-être même d'abord, mettre des collections entre les mains de publics, être médiateur et s'interroger sur ce qu'on met entre les mains du public, nous organiserons des journées sur les domaines littéraire et linguistique, en proposant, par exemple, au mois de novembre, une journée sur la littérature de Russie. Et puis en décembre, nous organiserons une journée sur les publics empêchés et plus spécialement les publics en prison. Ce sera une journée, comme celle d'aujourd'hui, s'inscrivant dans une réflexion sur la problématique de qui lit et qui ne lit pas. J'ai d'ailleurs été très sensible à ce que disait Mme Toledano, sur qui vient et qui ne vient pas, et je crois que l'intitulé choisi pour cette journée est très important. Nous avons mis d'abord : « Publics, quelles attentes ? », avant de parler des bibliothèques. Posons-nous la question des publics qui vont ou ne vont pas en bibliothèque. Ce serait peut-être ne voir qu'une partie du problème que de poser d'abord : « Bibliothèques : quelles concurrences ? Publics : quelles attentes ? » L'ordre adopté dans cet intitulé me paraît donc tout à fait pertinent.

Ce colloque est donc organisé en partenariat avec la BnF, et nous ne pouvons que la remercier pour les conditions d'accueil qu'elle nous offre. Remercions également la Ville de Paris, avec l'OPLPP, et puis, bien sûr, saluons le rôle de la DRAC qui nous aide à organiser ces journées d'étude. Je ne veux pas être plus long, d'autant que nous avons de nombreux orateurs aujourd'hui. Je voulais simplement replacer ce colloque dans un contexte qui nous tient à cœur, à Médiadix, et qui non seulement tient à cœur à l'OPLPP mais est aussi sa raison d'être, à savoir la volonté de ne pas doubler les mêmes manifestations et faire les uns à côté des autres les

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005

ISBN 2-84246-090-1

mêmes choses, à des dates différentes ou aux mêmes dates… Là, nous sommes tout à fait sur une problématique commune et nous ne pouvions que nous rencontrer. Je m'en réjouis encore.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

Publics, usages, territoires

Pratiques culturelles et nouvelles mobilités
Alain Lefebvre

Table ronde :
Les publics à Paris. Quels usages ? Quelles attentes ?
Yves Alix, Olivier Chourot, Denis Bruckmann, Romuald Ripon, Daniel Renoult, [Stéphane Wahnich]

Les bibliothèques ont-elles (encore) une place dans le champ culturel ?
[Texte non communiqué]
Patrick Bazin

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

Pratiques culturelles et nouvelles mobilités

Alain Lefebvre[1]

Le temps est aujourd'hui à la prise en compte de l'usager, de ses besoins, de ses humeurs, voire de ses caprices. Les politiques de l'offre sont jetées au pilori. Une nouvelle croyance, le « bottom up », version savante de la France d'en bas, remplace le « top down », image honnie du colbertisme jacobin. Je ne suis pas tout à fait convaincu par ce renversement d'approche en forme de nouvelle pensée unique ou, si vous préférez, de libéralisme version bon enfant qui fait du désir individuel le moteur central du changement social. Il n'en reste pas moins vrai que les politiques culturelles – puisque c'est cela qui nous réunit aujourd'hui – ont trop longtemps fonctionné de manière assez schizophrénique vis-à-vis d'un public dont on se contentait de rappeler périodiquement qu'il n'était pas suffisamment démocratisé. Une certaine sociologie, dite de la reproduction ou encore de la distinction ou bien de la domination a, sans doute, contribué au développement de ce qu'il faut bien nommer une certaine désespérance culturelle. Cette sociologie insiste sur le fait que les structures sociales fixent des comportements (des habitus) jamais bien éloignés des normes du groupe social d'appartenance. De ce fait, toute tentative de démocratisation culturelle serait assez vaine. Sans remettre en cause les principaux acquis de la sociologie de la reproduction, une autre approche, construite autour de la notion d'individu social, propose un éclairage intéressant : il ne s'agit pas dans « la culture de l'individu » (titre d'un ouvrage récent de Bernard Lahire) de s'intéresser à un individu abstrait animé de passions naturelles (ce qui constitue l'objet du paradigme économique néoclassique), mais d'étudier les variations interindividuelles des comportements au regard des multiples éléments de contextualisation des pratiques.

L'objet de cette communication est d'évoquer modestement certains aspects sociospatiaux de cette contextualisation. En fait, je n'aborderai ici que deux éléments étroitement imbriqués : le couple mobilité/proximité et la multiterritorialité, notion qui me semble mieux correspondre aux pratiques territoriales d'aujourd'hui et notion utilisable par les acteurs culturels.

Le couple mobilité/proximité

Ces deux termes, antinomiques au premier abord, fonctionnent à la fois comme un analyseur de pratiques et comme norme sociale essentiellement positive. Autrement dit, dans l'opinion courante, la mobilité comme la proximité cela existe, et c'est une très bonne chose qu'il en soit ainsi, même si certains dommages collatéraux sont inévitables. Sans vouloir remettre en cause ce que l'expérience immédiate nous enseigne, je souhaiterais interroger un peu l'expérience et la norme du point de vue de l'action culturelle.

La mobilité

Tout bouge, tout le monde bouge, dit-on. Les exemples ne manquent pas en effet.

1. Professeur émérite en géographie-aménagement à l'université de Toulouse Le Mirail (GRESOC-UTM).

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

ISBN 2-84246-090-1

Je ne voudrais pas remuer le fer dans la plaie des Franciliens en évoquant la question des migrations alternantes, sans doute le plus grave des dommages collatéraux. Passons tout de suite à des réalités plus champêtres.

Ainsi la campagne est, aujourd'hui, un espace où l'on bouge, par nécessité ou par goût (j'y reviendrai) même si tout le monde n'y est pas mobile (c'est quand même dans le rural que le taux de possession de voitures individuelles est le plus faible).

Le développement du temps libre (35 heures ou pas) entraîne par ailleurs des déplacements importants sous la forme de courts séjours touristiques et le phénomène bien connu de la résidence secondaire. Le terme secondaire est d'ailleurs réfuté par un ethnologue au nom peu prédestiné, Jean-Didier Urbain, qui préfère parler de birésidentialité, soulignant par là aussi bien la diversité des temps d'occupation résidentielle que la réversibilité des investissements affectifs qui y sont effectués. Faut-il alors parler de mobilité et même de proximité quand le même Jean-Didier Urbain, dans son ouvrage *Les Paradis verts*, a bien mis en lumière le fait que les résidents secondaires venus de la ville pratiquent volontiers l'enfouissement ou la disparition momentanée plutôt que la célébration de valeurs rurales transcendantes en symbiose avec les résidents autochtones ?

Sur la mesure quantitative de la mobilité quotidienne, les chiffres fournis pas l'INSEE sont assez surprenants : en termes de nombre de déplacements ou de temps de déplacement, la mobilité a sensiblement augmenté sur dix ans (22 et 8 % sur ces deux critères) pour les activités « non contraintes » (loisirs et sociabilité) ; en revanche, elle a sensiblement diminué en temps de déplacement pour ce qui concerne le travail (-18 %), la nette régression des retours à domicile à l'heure du déjeuner expliquant en partie le phénomène.

La notion de mobilité nous renseigne finalement assez peu sur la manière dont les hommes et les femmes occupent des territoires considérés comme des réalités exogènes aux acteurs sociaux. Comment intégrer dans les plans de développement de ma médiathèque la présence de résidents à temps partiel (je n'ai pas dit secondaires !) si je me fonde exclusivement sur les données du cadastre ou de l'état civil et si je ne sais rien sur la manière dont ces résidents découpent et recomposent leurs temps sociaux et leurs espaces de vie ?

La proximité ou l'envers de la mobilité

La proximité est souvent considérée comme l'antidote de la mondialisation, la revanche des territoires contre la dictature des réseaux, le complément nécessaire et voulu à la mobilité subie. La notion est utilisée largement par les acteurs publics locaux lorsqu'il s'agit de réaliser des équipements de proximité. J'avoue que cette notion de proximité appliquée aux équipements culturels me laisse un peu mal à l'aise, même si j'ai le sentiment d'aller contre le sentiment général et les résultats des enquêtes de satisfaction qui plébiscitent la proximité topographique de l'équipement comme facteur de fréquentation. Je rappellerai d'abord que la proximité n'est pas seulement topographique et l'usage des TIC nous montre comment fonctionnent des communautés sans proximité. Mais surtout, je me permettrai d'esquisser

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*
ISBN *2-84246-090-1*

un lien entre les équipements de proximité et la question de la démocratie. La loi sur la démocratie de proximité de février 2002 annonce, trois mois avant J.-P. Raffarin, le slogan de « la France d'en bas » en opérant une réduction draconienne de l'espace public de débat cher au philosophe Habermas. Elle le réduit à sa dimension temporelle (la quotidienneté) et à sa dimension spatiale (le quartier). La question n'est pas tant celle du lieu géographique de l'espace public (vive les lieux proches !) que celle du privilège accordé aux intérêts individuels et localistes dans l'exercice démocratique. Pour le dire autrement, les équipements culturels à proximité sont une excellente chose, mais, s'il s'agit d'équipements de proximité, je suis plus circonspect. Tout lieu culturel dépasse le territoire sur lequel il est implanté. Il se définit par sa créativité et sa capacité de rayonnement et non par la souveraineté exercée à l'intérieur de frontières communales ou même intercommunales.

La multiterritorialité

Au-delà du couple mobilité/proximité, explorons une notion qui les recouvre mais qui met l'accent sur les rapports vécus aux territoires, celle de multiterritorialité.

À la racine, il y a le territoire, notion omniprésente et en même temps devenue tellement encombrante qu'elle ne cesse d'être critiquée et contestée de toutes parts. Il est vrai que cette notion est utilisée pour désigner des réalités multiples si ce n'est contradictoires. À titre d'exemple, pour les géographes, il n'y a pas si longtemps, le mot « territoire » était associé à la question du « terroir » (cf. *Le Dictionnaire de la géographie* de Pierre George en 1972), alors même que les atlas de géographie désignaient sous ce vocable – c'est encore le cas aujourd'hui – les zones de confins (territoires d'outre-mer par exemple) situées à la marge des espaces considérés comme « essentiels ». Aujourd'hui, le « territoire » est devenu quelque chose d'infiniment précieux qu'il faut savoir aménager et protéger soigneusement. Il n'est plus aux confins, il est situé désormais au centre de l'action publique et des projets de développement fondés sur la non moins fameuse proximité.

C'est tout d'abord une notion paradoxale dans un monde d'échanges généralisés, dans un monde où la fluidité, la mobilité devient la norme.

C'est aussi une notion contestée. Je vois au moins trois foyers de contestation :

• L'effet réseau : le réseau versus le territoire, la contiguïté opposée à la continuité. On peut citer, à titre d'exemple, l'existence de communautés d'intérêts fonctionnant sur un autre registre que celui de la proximité géographique (les TIC d'aujourd'hui facilitent évidemment de telles pratiques). Cette idée du réseau appelé à supplanter le territoire est reprise par de nombreux théoriciens en sciences sociales. C'est le cas, par exemple, de Manuel Castells dans son ouvrage monumental sur la société en réseaux dont le premier volume s'intitule précisément *L'Ère de l'information*.

• L'effacement relatif de l'effet distance participe du même type d'analyse. La distance topographique, il est vrai, a perdu beaucoup de son

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005

ISBN 2-84246-090-1

importance au profit d'autres contraintes (temps d'accès, coût, ressources socioculturelles, etc.).

• Une autre critique, de nature éthique, met en évidence les risques de l'enfermement territorial, la ghettoïsation, le repli sur soi. Question d'actualité, s'il en est. Je ne pense pas seulement aux débats récurrents sur les crispations identitaires mais aussi aux questions soulevées actuellement par la nouvelle phase de décentralisation administrative. À quel niveau territorial, le cadrage, la régulation mais aussi la redistribution des moyens, doivent-ils s'exercer ?

Chacune des critiques proférées à l'égard de la notion de territoire contient ses propres limites. L'effet réseau est incontestable mais l'idée selon laquelle il submergerait les territoires est, elle-même, discutable. M. Castells le reconnaît lui-même lorsqu'il met en évidence les réactions identitaires qui se multiplient dans le monde face à l'omnipotence des réseaux. Mais il est vrai que le territoire est ici dessiné en creux par un auteur qui le réduit volontiers au rôle de résistant supplétif. Quant à l'abolition des distances, elle mérite tout de même examen. Seuls les adeptes inconditionnels de Mc Luhan et de son fameux village global refusent de voir ce que toutes les enquêtes démontrent, à savoir qu'aujourd'hui les relations électroniques ne se substituent pas aux relations de proximité, le plus souvent au contraire elles les renforcent, elles les redoublent. Enfin, concernant la question de l'enfermement territorial, il ne s'agit pas de nier un fait, peut-être contestable, mais qui témoigne en tout cas de la prégnance pratique et symbolique de la dimension territoriale.

En fait, malgré – ou peut-être à cause – de toutes ces ambiguïtés, malgré ces mises à mort périodiquement annoncées, malgré les déclinaisons multiples de la notion – on parle volontiers de territoires circulatoires, de multi-appartenance territoriale, voire de territoire délocalisé – le fait territorial continue de s'imposer. Il le fait à partir de combinaisons diverses entre quatre éléments dégagés par la géographe Maryvonne Le Berre en 1992 :

– Un système de ressources localisées (ce sont les éléments « naturels » de la géographie traditionnelle) ;
– Un processus d'appropriation (par un groupe qui cherche à défendre cette portion d'espace), processus analysé aussi bien par les politistes que par les éthologues ;
– Une action d'aménagement (le territoire est une unité fonctionnelle de valorisation des ressources) ;
– Enfin, et surtout, un héritage construit et mémorisé (ce dernier point constitue l'apport de ce que l'on appelle la géographie sociale).

À partir de là, quel mode d'emploi pour cette figure « inévitable » mais bien embarrassante qu'est le territoire en relation avec la question des publics ? En insistant sur le rapport vécu au territoire, c'est-à-dire la territorialité des acteurs sociaux. Ici, la distinction entre territoires de vie et territoires perçus est essentielle.

Les territoires de vie correspondent aux parcours quotidiens des urbains et des ruraux, ainsi qu'aux pratiques de multilocalisation qui ne concernent

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

pas seulement, aujourd'hui, les propriétaires de résidences secondaires. Mais ces espaces de vie ne se confondent pas nécessairement avec les lieux qui font l'objet de nos principaux investissements mentaux ou affectifs, ce que j'appelle les territoires « perçus ». Les pratiques et représentations territoriales se sont diversifiées au point que les territoires qui nous habitent ne sont pas seulement les territoires dans lesquels nous habitons. Il arrive que nous passions notre vie entre plusieurs territoires. Mais, plus souvent encore, ce sont plusieurs territoires qui nous habitent sans que nous nous en rendions toujours bien compte. Quels sont les territoires mentaux de l'habitant d'une cité de La Courneuve, ceux des bobos qui ont colonisé le Lubéron ou des employés franciliens exilés aux confins de la Seine-et-Marne pour réaliser leur rêve d'accédant à la propriété ? On voit là que les catégories de mobilité et de proximité peinent à rendre compte de processus territoriaux inscrits non pas sur les cartes des manuels scolaires mais au cœur des schémas perceptifs des individus et des groupes.

Les politiques culturelles territoriales ont évidemment à prendre en compte cette multiterritorialité. Et c'est là où les choses se compliquent. Comment concilier la nécessité pour les acteurs institutionnels de privilégier les territoires spécifiques qui fondent leur légitimité et de prendre en considération les territorialités plurielles de leurs mandants ? Sur cette question essentielle pour les politiques d'aménagement, force est de reconnaître que les schémas de services collectifs élaborés conjointement par les régions et la DATAR n'offrent guère de perspectives nouvelles.

Je suis néanmoins convaincu que l'initiative culturelle constitue un passeur privilégié de territoires, un abonnement pour des allers-retours permanents entre un « dedans » et un « dehors » grâce à la mise en relation des territorialités multiples évoquées plus haut.

En termes plus précis l'approche des initiatives culturelles en termes de multiterritorialité me semble ouvrir des perspectives intéressantes aux acteurs culturels.

• Elle incite à mettre l'accent sur les personnes dans la complexité de leurs contextes sociospatiaux, et pas seulement sur les publics des équipements, ou les non-publics ; elle incite même à porter le regard au-delà des habitants d'un territoire donné.

• Elle permet de ne pas se laisser enfermer dans des alternatives simplistes du type tradition/modernité, identité/ouverture, terroir/monde, etc., en faisant apparaître la diversité des situations sociospatiales activées par les manifestations festivalières.

• Elle apporte également un nouvel éclairage à la problématique de l'aménagement culturel du territoire. Dans la perspective de la médiation culturelle territoriale, l'enjeu de cet aménagement ne serait pas tant de mettre en place des équipements et des dispositifs d'action standardisés avec tous les inconvénients que l'on connaît d'une politique de quadrillage systématique (concurrence entre acteurs territoriaux, doubles emplois, stéréotypie des actions…), que de favoriser le développement de nouvelles territorialités par la prise en compte de la sensibilité et de la diversité des

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005

ISBN 2-84246-090-1

situations spatiales, produire en quelque sorte, par la culture, de la « plus-value territoriale ».

• Les acteurs culturels ont vocation à être de formidables passeurs de territoires. Parce que la culture de chacun d'entre nous s'enrichit grâce à la multiplicité de nos attaches territoriales. Mais aussi, parce que les artistes, créateurs et autres producteurs culturels ne sauraient être les agents promotionnels d'un seul territoire, quel que soit leur statut personnel. L'activité artistique et culturelle transcende nécessairement plusieurs échelles territoriales pour permettre à chacun de participer pleinement au devisement du monde. Ce n'est pas une tâche facile, mais elle en vaut la peine !

Références bibliographiques

Boure, R. et Lefebvre, A., « Médias et territoires : de quelques interrogations contemporaines », communication au colloque sur la télévision régionale, université Aix-Marseille, septembre 1997.

Castells, M., *La Société en réseaux*, Paris, Fayard, 1997.

Di Meo et *alii*, « La patrimonialité des territoires, ses effets dynamiques », dans Lamy, Y., dir., *Le Pouvoir de protéger*, Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine, 1992.

Latouche, D., « Les territoires encore incertains des arts et de la culture », dans Augustin, J.-P. et Lefebvre, A., dir. *Perspectives territoriales pour la culture,* Éditions de la Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine, 2004.

Le Berre, M., « Territoires », *Encyclopédie de la géographie*, Paris, Economica, 1992.

Lévy, J., 1991, « A-t-on encore (vraiment) besoin du territoire ? », *Espace-Temps*, n° 51/52, 1991.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

ISBN *2-84246-090-1*

Table ronde : Les publics à Paris. Quels usages ? Quelles attentes ?

L'enquête sur le public des bibliothèques de la Ville de Paris. Juin 2003
Yves Alix
D'une Bpi à l'autre : quelques enseignements de l'enquête 2003 sur les publics
Olivier Chourot
Les lecteurs de la bibliothèques d'étude (Haut-de-jardin) de la BnF
Romuald Ripon et Denis Bruckmann
Les étudiants et les BU : quelles pratiques ? quelles attentes ?
Daniel Renoult
[Texte non communiqué]
Stéphane Wahnich

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

L'enquête sur le public des bibliothèques de la Ville de Paris. Juin 2003

Yves Alix[1]

L'objet de cette brève intervention est de présenter quelques résultats significatifs de l'enquête sur le public réalisée en 2003. Elle n'a pas la prétention d'en constituer la vraie synthèse.

Cette enquête actualise les données recueillies en 1989 (enquête MV2) et 1997 (enquête sur le public des bibliothèques parisiennes, toutes tutelles confondues, menée par l'OPLPP). Elle permet de faire un portrait-robot des lecteurs, de connaître les usages, de mesurer la satisfaction et de déceler les attentes.

Pour bien situer les résultats, il est utile de rappeler tout d'abord quelques éléments du contexte parisien.

Le contexte parisien

– Population : 2 125 000 habitants (recensement 1999).
Ce nombre ne correspond pas exactement, pour les bibliothèques, à la population desservie : les banlieusards travaillant à Paris sont à prendre en compte, ils représentent 12 % des inscrits.
– Baisse de la population dans Paris intra-muros, mais accroissement de celle de l'agglomération.
– Baisse des emplois (mais pas de l'activité). Transformation des emplois : le tertiaire domine.
– Très forte densité : plus de 20 000 habitants/km^2. La pression foncière très forte explique les difficultés rencontrées par les institutions publiques pour trouver des espaces à aménager. Pour les bibliothèques, cela veut dire aussi que l'échelle n'est pas la même qu'ailleurs.
– Surreprésentation des CSP supérieures et « gentrification ».
Mais grande diversité sociale selon les quartiers, poches de pauvreté, populations en grande précarité.

Les bibliothèques municipales

– 65 établissements, dont 56 bibliothèques de prêt (les bibliothèques spécialisées n'ont pas été traitées dans l'enquête ; elles doivent faire l'objet d'une enquête spécifique en 2005).
– 63 000 m^2 de plancher : 2,97 m^2/100 habitants, soit la moitié de la moyenne nationale.
– 4 310 places assises : 2,03/1 000 habitants, un taux très faible.
– 337 000 inscrits, soit 15,8 % de la population desservie (en France : 17,8 %).
– Fréquentation en hausse faible mais régulière (Paris n'a pas connu jusqu'à présent la baisse constatée au niveau national).
– 12 000 000 prêts annuels (tous documents), dont 8 millions imprimés.
– Les bibliothèques de prêt sont informatisées, les spécialisées vont l'être en 2005.

1. Responsable du Service scientifique des bibliothèques de la Ville de Paris.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

ISBN 2-84246-090-1

L'enquête

Précédentes enquêtes : MV2 1989, OPLPP 1997, enquêtes nationales (cf. par exemple *Pratiques ordinaires de la culture : les publics des bibliothèques municipales*).

Enquête menée par la société SCP Communication en juin 2003.

Méthodologie : deux enquêtes complémentaires :

– Quantitative : sondage par téléphone auprès de 1 006 Parisiens (adultes + 15 ans seulement), choisis selon un échantillon représentatif de la population par âge, sexe, catégorie socioprofessionnelle, lieu d'habitation (pour permettre des tris par arrondissements ou quartiers), et questionnaire auprès de 822 usagers en sortie de bibliothèque, sur un panel représentatif d'établissements ;

– Qualitative : entretiens individuels en tête à tête avec 30 Parisiens, 30 « fréquentants », 10 travailleurs parisiens ne résidant pas à Paris, 12 représentants de collectivités partenaires (associations, écoles, etc.).

Les Parisiens et les bibliothèques

Quel rapport les Parisiens ont avec le monde des bibliothèques, en données quantitatives ?

– 33 % des Parisiens sondés déclarent être inscrits dans une bibliothèque : comparaison avec le taux de 17,8 % d'inscrits en bibliothèque municipale.

– Le nombre de Parisiens inscrits dans une BM représente en fait 88 % de 337 000, soit 14 % de la population strictement parisienne.

– 44 % des Parisiens disent avoir « un rapport quelconque avec une bibliothèque ».

– 56 % des Parisiens sont des « non-fréquentants » absolus. Les raisons de non-fréquentation invoquées sont d'abord le manque de temps et la faible appétence pour la lecture, mais aussi l'autosuffisance.

– 109 000 nouveaux inscrits chaque année, mais 29 % de pertes annuelles d'usagers. Le solde reste néanmoins légèrement positif (Source : statistiques des bibliothèques de la Ville de Paris 2003, mission Évaluation et prospective).

Comment expliquer cette forte évasion : insatisfaction, mobilité ? Difficile à déterminer précisément.

Le profil des usagers

Un public :

– Jeune : moyenne d'âge 37,8 ans (Parisiens : 43,3).

– Féminin : 56 % des usagers sont des femmes (Parisiens : 54 %) et 70 % chez les 15/18 ans.

– Aisé : 30 % des usagers sont des cadres supérieurs (Parisiens : 21 %) La représentation sociale des Parisiens est accusée dans les bibliothèques, ce sont les « nantis » culturels qui profitent le plus du service.

– Instruit : 75 % des usagers ont atteint le niveau des études secondaires ou supérieures (Parisiens : 63 %).

– Fort consommateur de produits et de loisirs culturels, profitant d'une offre exceptionnelle.

Exemples : 16 % des usagers vont au concert régulièrement (10 % des Parisiens), 34 % vont au musée ou dans les expositions (Parisiens : 21 %).

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*
ISBN 2-84246-090-1

Il faut toutefois nuancer : le public est très diversifié, et par ailleurs les professionnels sont conscients depuis longtemps de la nécessité de séduire d'autres catégories de publics.

Surreprésentations, sous-représentations

	Usagers (% du total)	Parisiens (% du total)
Cadres supérieurs	30	21
Inactifs	37	21
15-18 ans	9	3
18-24 ans	18	11
-		
Employés	10	15
Professions intermédiaires	9	14
Ouvriers	2	7
Commerçants	1	4
Retraités	11	18

Après le profil, les pratiques :

Proximité et parcours

– Des usagers attachés à la bibliothèque de quartier : la fréquentation et la connaissance diminuent sensiblement au-delà de 800 m de distance.
– Des parcours simples, un service de proximité : 31 % des fréquentants mettent moins de 5 minutes pour se rendre à la bibliothèque, 58 % y vont à pied, 30 % en autobus ou en métro.
– 12 % des usagers habitent hors de Paris (les travailleurs « commuters » urbains d'aujourd'hui).

On constate un attachement paradoxal au petit établissement, la peur du trop grand [ex : les habitants du XX^{e} qui redoutent la fermeture de la bibliothèque Saint-Blaise (700 m^2) après l'ouverture de la médiathèque Bagnolet (4 000 m^2)].

La multifréquentation

– L'enquête de 1997 faite pour l'OPLPP évaluait la multifréquentation à 70 % des usagers. Mais les étudiants, multi-utilisateurs le plus souvent par nécessité, y étaient surreprésentés.
– Selon l'enquête 2003, 54 % des usagers sont des multifréquentants 46 % ne fréquentent qu'une bibliothèque, 34 % deux bibliothèques, 20 % trois ou plus.
– Ceux qui fréquentent deux bibliothèques ou plus citent surtout (ordre décroissant des citations) :

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005

ISBN 2-84246-090-1

1 – la BnF
2 – la Bpi
3 – les BU, la bibliothèque Sainte-Geneviève (100 % d'étudiants)
4 – les bibliothèques d'entreprise
5 – les bibliothèques associatives
6 – la médiathèque de la Cité des sciences
7 – les CDI et CIO (15/18 ans)
8 – Forney
9 – les bibliothèques municipales de banlieue

Les bibliothèques municipales du réseau parisien sont également citées, la première apparaît en 3e position

Des usages

– Pratique d'emprunt dominante, peu de lecture sur place (par manque de places).
– Domination du livre : 59 % des usagers ne connaissent pas l'offre de CD, 78 % l'offre vidéo.
– Faible fréquentation des animations et rencontres culturelles (et faible connaissance) : 76 % des usagers déclarent ne pas les connaître.

Des satisfactions

– Une satisfaction globale assez bonne mais pas exceptionnelle : 7,47/10.
– Mais une satisfaction inégale selon les services :
- très bonne satisfaction : conditions gratuites d'emprunt (pendant 3 semaines), accueil ;
- bonne : jours d'ouverture, horaires de fermeture, offre documentaire, renseignement ;
- moyenne : disponibilité des documents, disponibilité des agents, horaires d'ouverture, convivialité des lieux ;
- médiocre : recherche à l'OPAC, places de travail, accès Internet.

Conclusion

Les bibliothèques parisiennes souffrent d'une faible visibilité, d'un manque d'identité (faut-il faire comme les franchises commerciales : avoir un aspect identique partout ?). Cette invisibilité est d'abord physique et matérielle, les bibliothèques sont trop souvent mal placées.

Un service apprécié, mais qui ne subit pas une forte demande, contrairement aux services sociaux, crèches, animations locales. Seul moyen de véritable progression dans la population : faire connaître l'offre

Le public est un peu fuyant, peu revendicatif, satisfait mais relativement inactif : on a du mal à le cerner, en particulier quant à sa satisfaction et à ses attentes. L'enquête nous donne une photographie nette qui montre un personnage un peu flou.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

D'une Bpi à l'autre : quelques enseignements de l'enquête 2003 sur les publics

Olivier Chourrot[1]

L'enquête de publics 2003 s'inscrit dans la lignée des enquêtes conduites par le service Études et recherche de la Bpi depuis son ouverture, dont elle reprend la structure. Une nouveauté méthodologique a néanmoins été introduite : alors que les éditions précédentes s'étaient déroulées aux mois de mai et de novembre, l'enquête 2003 a fait l'objet de deux vagues, l'une en juillet, l'autre en novembre. Ce choix avait pour but de vérifier une hypothèse que les bibliothécaires de la Bpi faisaient depuis longtemps, celle d'une forte spécificité du public estival.

De ce point de vue, les résultats n'ont guère surpris : le profil du public juillettiste est à ce point différent de celui du profil automnal qu'il n'est pas excessif de parler des « deux Bpi ». La surprise est venue d'ailleurs : la comparaison entre l'enquête 2000 et la seconde vague de l'enquête 2003 fait apparaître une évolution sensible de la fréquentation, caractérisée par une plus grande volatilité, ainsi qu'une modification des usages.

Novembre et juillet : les deux Bpi

Depuis son origine, la Bpi est agitée par une lancinante interrogation identitaire : est-elle la bibliothèque de lecture publique, ouverte à tous, imaginée par son fondateur ? Ou, submergée par les étudiants, est-elle une bibliothèque certes publique, mais à dominante universitaire ? La mise en perspective des deux vagues d'enquête montre que la Bpi est tout cela à la fois ; elle permet aussi de supposer que, si la pression de la file d'attente se relâchait en période universitaire, la bibliothèque verrait son public se diversifier. En effet, la proportion d'actifs dans le public de la Bpi est de 43 % en juillet (où la file d'attente est quasi inexistante), et chute à 26 % en novembre (période de forte affluence). Le caractère dissuasif de la file d'attente pour les actifs est par ailleurs confirmé par les variations quotidiennes de fréquentation : en novembre, le taux d'actifs est de 25 % entre 18 h et 19 h, et monte à 43 % après 20 h, heure à laquelle il n'y a généralement plus de file d'attente.

La Bpi estivale est clairement une bibliothèque de lecture publique. Les étudiants y sont non seulement moins nombreux (54 %), mais y viennent davantage pour des motifs de loisir. Ils sont aussi plus diplômés (40 % déclarent avoir un niveau bac + 5), moins Parisiens, et moins majoritairement inscrits en filières littéraires que leurs collègues de novembre. Mais lecture publique ne rime pas obligatoirement avec démocratisation. À l'image des étudiants plus diplômés qu'en novembre, les actifs de l'été se recrutent dans les catégories socioprofessionnelles moyennes et supérieures. Leur profil est comparable à celui des actifs de novembre, à deux notables exceptions près : la surreprésentation des professions intermédiaires (37 % contre 29 %), et la sous-représentation ouvrière (1 % contre 8 %).

Avec un tiers d'étrangers au lieu d'un quart, la bibliothèque de juillet est également plus cosmopolite, et joue de ce fait plus nettement son rôle

1. Responsable du pôle Services aux publics à la Bibliothèque publique d'information.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005

ISBN 2-84246-090-1

d'intégration. Les hommes y sont majoritaires à 54 % (contre 44 % en novembre), ce chiffre s'expliquant sans doute par la plus faible représentation des étudiants, qui sont majoritairement des femmes, en été.

Cette étude en deux vagues montre que l'objectif de diversification des publics de la Bpi n'est pas inatteignable : attirés par les services offerts, les actifs viennent à la Bpi dès lors qu'elle leur est aisément accessible. La file d'attente apparaît plus que jamais comme un frein à cette diversification, comme l'illustre la sous-fréquentation des services plus spécifiquement destinés aux actifs en période de saturation des espaces.

2000-2003 : une fréquentation plus volatile

La comparaison 2000 - 2003 fait apparaître une plus forte volatilité des usagers, qui se manifeste au travers de certains indicateurs. Tout d'abord, le taux de renouvellement des usagers s'accroît significativement ; 65 % d'entre eux sont venus pour la première fois depuis 2000, alors que ce taux était de 51 % entre les deux précédentes enquêtes. Mieux, 22 % des usagers ont effectué leur première visite en 2003. La « durée de vie » de l'usager, c'est-à-dire la période pendant laquelle il fréquente la bibliothèque, a diminué. En revanche, la fréquence de visite est restée stable depuis 2000, avec notamment 54 % des visiteurs qui viennent à la Bpi plus de 10 fois par an. Dans le même temps, l'affluence a connu un fléchissement de 3,65 % depuis 2001.

De ce constat général, l'on ne peut pourtant conclure à une fluidification de la file d'attente, qui constitue le point noir de la Bpi. Car si la fréquentation diminue légèrement, la durée moyenne de visite est en augmentation régulière, sans que l'on sache si la première est une conséquence de la seconde ou si, au contraire, elle s'explique par des facteurs externes (baisse démographique, recours à d'autres sources d'information, etc.). La hausse significative du public étudiant, qui représente 71 % des visiteurs en 2003 contre 59 % en 2000, explique pour partie la croissance de la durée de visite et la saturation des espaces. Plus que tout autre, ce public séjourne à la bibliothèque, qui lui est à la fois lieu d'étude, de révision et de rencontre. Les pics de temps d'attente sont constatés le week-end (avec un record à 5 heures certains dimanches de l'année), jours de plus forte affluence étudiante (75,5 % des visiteurs le samedi, 76 % le dimanche). Le plan vigipirate, qui impose une vérification des sacs des usagers à l'entrée de la Bpi, allonge significativement le temps de remplissage de la bibliothèque et constitue un facteur aggravant de la file d'attente. Plus que jamais, il faut compter avec cette pénible réalité et améliorer autant que possible les conditions d'attente.

L'allégement des usages

Entre 2000 et 2003, les usages ont également connu une modification notable. Si l'ambition légitime du bibliothécaire est de rapprocher des hommes et des œuvres, elle se trouve contrariée par l'évolution de trois indicateurs clés. Le nombre de « touche à rien », c'est-à-dire d'usagers n'ayant consulté aucun document de la bibliothèque pendant leur visite, est passé de

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

10 à 13 % entre 2000 et 2003. Concomitante à l'augmentation de la durée de visite, cette hausse montre – s'il en était besoin – que la bibliothèque est une salle de travail autant qu'une collection, et que les tables et les chaises y sont aussi importantes que les livres. Deuxième indicateur, dont l'évolution est plus préoccupante pour les bibliothèques, la mono fréquentation est passé de 18 % à 29 % ; près d'un tiers des usagers de la Bpi ne hante aucune autre bibliothèque, qu'elle soit universitaire ou de lecture publique et, de ce fait, ne recourt jamais à l'emprunt de documents. Bien sûr, le public de la Bpi n'est pas la population française et il faut se garder d'extrapoler ; néanmoins, ce chiffre mérite l'attention en tant que symptôme d'une perte d'habitude de la fréquentation des bibliothèques qu'il faudra bien analyser. Enfin, entre 2000 et 2003, la part des solitaires (c'est-à-dire des personnes venant seules) dans le public de la Bpi a connu une croissance significative, passant de 67 à 75 %. Cela ne signifie pas forcément que les pratiques collectives, en particulier le travail en commun, aient diminué. À cet égard, il serait intéressant d'étudier les effets de l'usage du téléphone portable sur la manière de travailler en groupe. La démocratisation de cet engin – par ailleurs cauchemar des bibliothécaires – permet un travail à distance fréquemment constaté. De fait, pourquoi imposer à trois ou quatre personnes de faire la queue à la Bpi, quand l'une d'entre elles peut être déléguée par le groupe pour sélectionner la documentation pertinente ?

L'impression qui se dégage de ce rapide survol de l'évolution de la fréquentation et des usages est celle d'une atomisation croissante du public de la Bpi. L'usager 2003 est plus solitaire, moins fidèle à la Bpi ; il vient davantage avec ses propres documents et ne fréquente guère d'autres bibliothèques. Insensiblement, un tel portrait conduit à s'interroger sur la bibliothèque comme lieu de sociabilité et de citoyenneté. C'est là sans doute un autre débat, qui déborde du thème de cette journée d'étude, mais que les présentes contributions peuvent éclairer.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

Les lecteurs de la bibliothèque d'étude (Haut-de-jardin) de la BnF

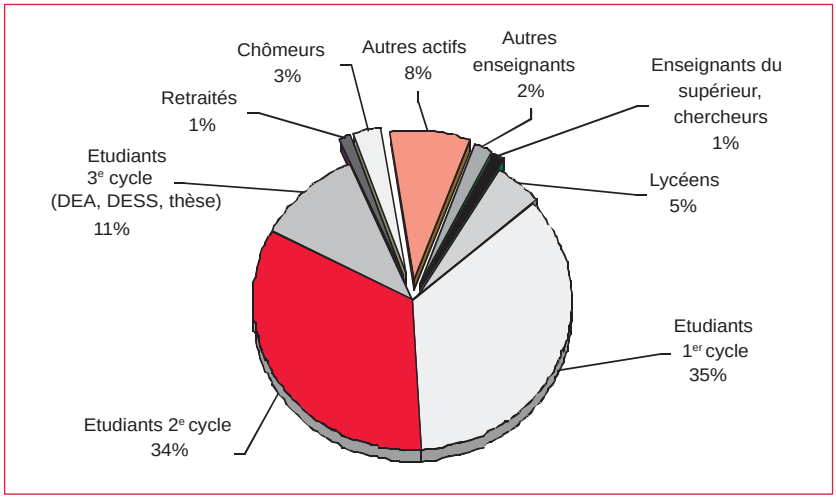
Romuald Ripon et Denis Bruckmann[1]

La prégnance des lecteurs étudiants

Depuis son ouverture en décembre 1996, la bibliothèque d'étude du Haut-de-jardin[2] de la BnF a connu une augmentation substantielle de la part des étudiants au sein de ses lecteurs : de 70 % lors de la première enquête[3] réalisée en juin 1997 à 81 % lors de celle menée en avril 2002, auxquels on pourrait ajouter les 5 % de lycéens également présents en Haut-de-jardin selon cette dernière enquête.

Le graphique n° 1 indique la part respective des principales catégories de publics rencontrées en 2002, en distinguant les cycles universitaires pour les étudiants. Ces derniers s'avèrent aussi nombreux à être inscrits en premier et en deuxième cycle universitaire, la part du troisième cycle étant logiquement plus faible en raison de l'attirance de la bibliothèque de Recherche (Rez-de-jardin) pour ce dernier. Les autres types de public, soit environ 15 % de l'ensemble des lecteurs, ont des appartenances socioprofessionnelles diverses, mais relèvent pour la plupart du monde de l'enseignement ou des catégories dites « intellectuelles supérieures », selon la nomenclature de l'INSEE.

Graphique n°1 : Situation socioprofessionnelle des lecteurs du Haut-de-jardin



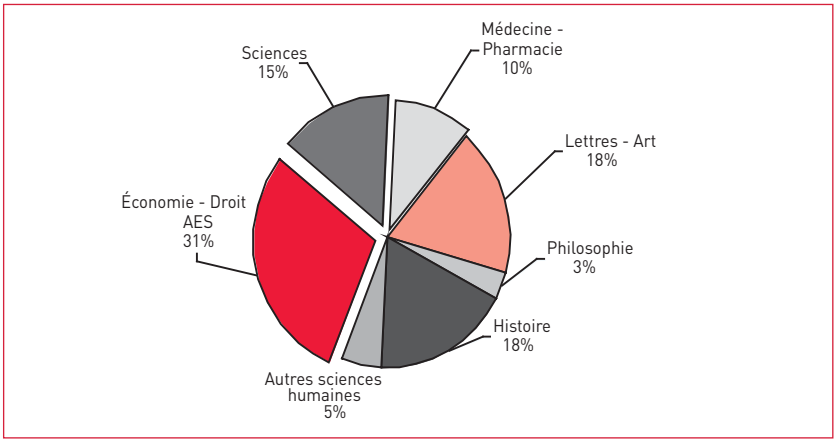
Cette prédominance des étudiants et des scolaires trouve certainement son origine dans le déficit de places de lecture dans les bibliothèques universitaires de la région parisienne. Une exploration plus fine des principales caractéristiques de ces lecteurs étudiants montre une répartition plutôt équilibrée entre les principales filières universitaires (cf. graphique n° 2), les scientifiques étant presque aussi nombreux que les littéraires et les philosophes réunis, l'Histoire occupant également une place importante (18 % des lecteurs étudiants en Haut-de-jardin).

1. Romuald Ripon est chargé de mission à la Délégation à la stratégie à la BnF et Denis Bruckmann est adjoint à la Direction des collections pour les questions scientifiques et techniques.
2. Une présentation complète des espaces, des collections et des services offerts en Haut-de-jardin est disponible sur le site de la BnF : www.bnf.fr.
3. Les enquêtes périodiques d'observation de la composition et de la satisfaction des publics sont toutes réalisées selon une méthodologie similaires permettant de pouvoir comparer leurs résultats : interrogation, en face à face, d'un échantillon d'environ 1500 lecteurs et visiteurs à leur sortie du site François-Mitterrand. Ces enquêtes ont été confiées à la société SCP Communication.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

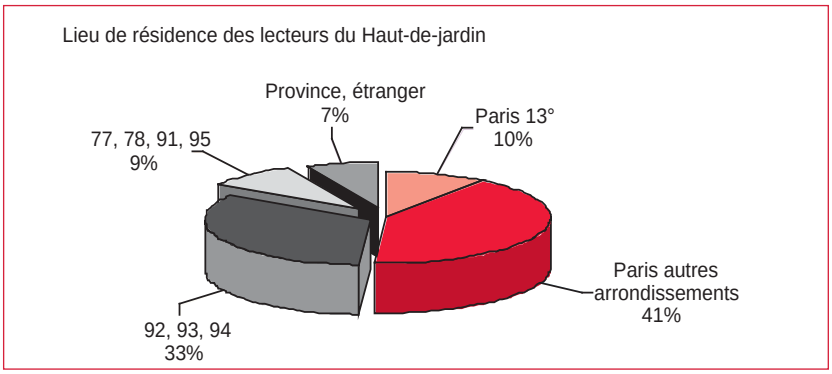
ISBN 2-84246-090-1

Graphique n°2 : Filières d'études des lecteurs du Haut-de-jardin étudiants à l'université



D'un point de vue géographique (cf. graphique n° 3), près de la moitié des lecteurs (49 %) résident hors de Paris, dont un tiers dans la petite couronne et 16 % dans le Val de Marne. La proximité et les commodités offertes par le réseau des transports en commun se retrouvent dans la surreprésentation du treizième arrondissement qui compte, à lui seul, 10 % des lecteurs.

Graphique n°3 : Origine géographique des lecteurs du Haut-de-jardin


Lieu de résidence des lecteurs du Haut-de-jardin
Province, étranger 7%
Paris 13° 10%
77, 78, 91, 95 9%
Paris autres arrondissements 41%
92, 93, 94 33%

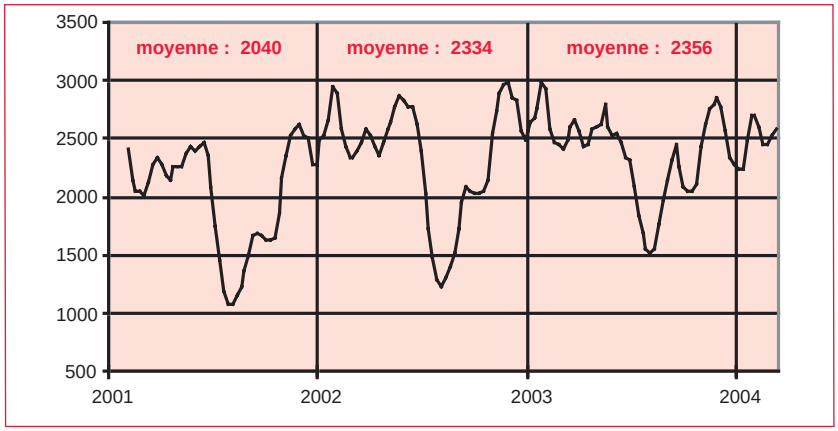
La forte présence étudiante a trois types de conséquence : sur la fréquentation, sur les usages et sur les attentes des lecteurs.

La fréquentation du Haut-de-jardin suit en effet des variations saisonnières qui se retrouvent d'une année sur l'autre et qui épousent le rythme de la vie universitaire (cf. graphique 4). Le flux des lecteurs est ainsi relativement moins élevé de la mi-juin à la fin juillet, mais il remonte progressivement à partir d'août pour culminer entre le dernier trimestre et le premier semestre de l'année suivante, avec quelques pics liés aux différentes sessions d'examen en hiver et au printemps. Si la bibliothèque connaît des saturations récurrentes les week-ends durant près de neuf mois, ainsi que le mardi (jour de fermeture de la Bpi que fréquente en parallèle près de la moitié des lecteurs

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

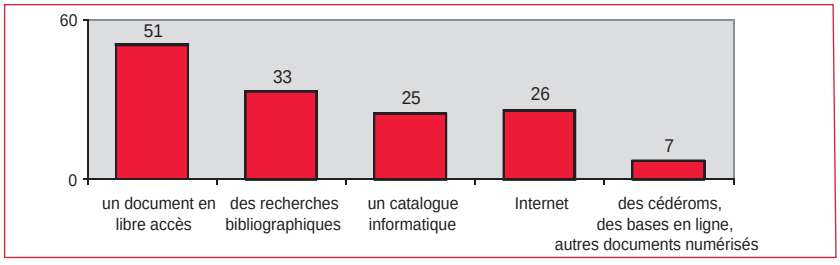
du Haut-de-jardin), elle permet un accès sans attente à ses salles de lecture pendant les autres jours et de manière encore plus grande pendant l'été, ce qui permet de développer des actions visant à favoriser la découverte de la BnF par d'autres publics pendant cette période. Un autre avantage de cette situation est de pouvoir anticiper les pics de saturation pour organiser au mieux le service public en salles de lecture.

Graphique n° 4 : Évolution du nombre moyen de lecteurs par jour en Haut-de-jardin



Le deuxième type de conséquence est plus directement visible sur les usages des lecteurs (cf. graphique n° 5). Selon les résultats de la dernière enquête, menée en avril 2002, environ la moitié des lecteurs se rendent en Haut-de-jardin principalement dans l'intention de travailler au calme et sur leurs propres documents, sans se soucier véritablement des collections à leur disposition en libre accès. Ce comportement que nous avons qualifié de « séjourneur » n'exclut pas quelques consultations ponctuelles d'usuels ou de ressources électroniques, en premier lieu et très largement sur Internet, mais il témoigne de la première qualité invoquée par les lecteurs pour décrire la BnF qui est d'offrir un cadre de travail des plus confortables et propice à la concentration. Ces « séjourneurs » sont plus ou moins nombreux selon les disciplines. Les étudiants en droit, économie et gestion (AES) ont tendance à utiliser davantage les collections que les autres, contrairement aux étudiants en sciences qui se retrouvent souvent à faire leurs exercices en salle de littérature.

Graphique n° 5 : Quelques exemples de pratiques dans les salles de lecture
Sur 100 lecteurs du Haut-de-jardin, ont consulté ou fait le jour de l'enquête…



© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005

ISBN 2-84246-090-1

Enfin, troisième type de conséquence, les attentes des lecteurs se révèlent très liées au statut d'étudiant : le manque de places à certaines périodes, le rapport qualité/prix des cafétérias, le prix des photocopies (15 centimes d'euros la page) concentrent la plupart des insatisfactions, alors que l'accueil et les possibilités de travailler sont plébiscités par plus de 90 % des lecteurs. À noter également que les horaires de fermeture ont obtenu un score moins élevé en 2002 (37 % d'insatisfaits) que dans l'enquête précédente (29 % en avril 2000), comme si la forte fréquentation parallèle de la Bpi et de la Bibliothèque Sainte-Geneviève, toutes deux fermant leurs portes à 22 heures, tendait à créer un horizon d'attente pour ces lecteurs. Les collections ne génèrent pas d'attente particulière qui soit visible dans une enquête quantitative par sondage. La part très importante des non-réponses aux questions relatives aux périodiques, aux documents audiovisuels et aux ressources électroniques autres qu'Internet renforce cette impression de méconnaissance globale de l'étendue et de la diversité de l'offre documentaire du Haut-de-jardin.

Diversifier les publics : quelques champs d'actions

La BnF a très tôt pris conscience de cette prégnance des publics étudiants, et de ses conséquences. Comme on le sait, quand le public étudiant devient « hégémonique », les autres types de publics ont tendance à lui laisser la place. Si le public étudiant est le bienvenu à la BnF – il a toujours été une des composantes majeures des publics attendus – sa majorité de plus en plus écrasante n'est pas conforme à l'ambition originelle du projet, beaucoup plus ouverte. Ont donc été entreprises un certain nombre d'actions dans différents domaines, visant à diversifier les publics. L'objectif serait de faire baisser la proportion d'étudiants (pour la ramener à une fourchette de 60 à 70 %), et de gagner, dans le même temps, plus de publics actifs et inactifs (notamment le troisième âge). La brièveté de cette intervention ne nous permet pas d'entrer dans le détail. On se limitera à résumer d'une phrase champ et nature de l'action.

La politique documentaire

Plus que tout autre, la BnF est légitime à favoriser l'interaction entre le patrimoine et l'actualité. La politique documentaire évolue donc vers une présence plus forte du patrimoine en Haut-de-jardin, et une vigilance plus grande quant à la fraîcheur et à l'actualité des collections. Nous lançons par exemple, en 2004, quatre thèmes autour desquels se déroulent de grands débats sociaux, et qui donneront lieu à des acquisitions accélérées : l'élargissement de la communauté européenne, les nouvelles physionomies de la famille, le développement durable, le handicap.

L'accessibilité

Beaucoup de chantiers concernent l'accessibilité à la bibliothèque.
– Sachant la valeur symbolique que le public accorde à la gratuité, nous menons depuis des deux ans des expériences de gratuité au cours de l'été. Celles-ci sont concluantes tant en terme de quantité que de diversité des publics. Comme pour nos collègues de la Bpi, l'été paraît une bonne période pour lancer des expérimentations…

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

– Nous préparons des évolutions de titres d'accès, à la lumière de l'expérience et des enquêtes de publics : projet d'un titre 15 entrées, intermédiaire entre le titre annuel, et le titre journalier, projet d'un titre collectivité ou entreprise, lancement d'un titre d'accès aux expositions couplé à une découverte des salles de lecture.
– Nous envisageons toujours des évolutions d'amplitude horaire, vers des nocturnes, réclamés par une partie notable du public. Nous pensons qu'une heure de fermeture plus tardive une ou deux fois par semaine est un levier majeur pour accroître la fréquentation des publics actifs… Nous butons cependant sur des questions d'effectifs et de négociations sociales, et pour une longue période peut-être cette augmentation d'amplitude horaire ne paraît pas à notre portée.

Les Espaces

On se souviendra que le parti-pris esthétique de Dominique Perrault, architecte de la BnF, est celui du dépouillement, de la rigueur. L'imaginaire de l'étude mis en espace par le créateur est celui du silence, de la discrétion. Tout en respectant le cap stylistique de D. Perrault, nous pensons devoir l'assouplir et faciliter la découverte des collections par une signalétique plus visible, plus généreuse, plus attrayante. On en verra pour premier exemple les bannières colorées qui ont été implantés dans les déambulatoires, qui tout en rythmant l'espace, en portant des indications directionnelles, s'essaient à la promotion de l'offre documentaire (description du contenu des collections). Nous avons d'autres projets dans ce domaine.

Services et accompagnement

Un mot enfin de la politique de services. Vaste chantier… On se limitera à évoquer les présentations de collections désormais nombreuses et très régulières qui permettent de mettre en valeur tel ou tel fonds, collections, documents au rythme de l'actualité. Accompagnées de bibliographies sélectives, elles sont, semble-t-il, suivies, attendues par un public nombreux. Nous avons également des projets dans le domaine de l'accompagnement aux ressources électroniques, le développement des services de réponses à distance, la mise en valeur de la bibliothèque d'étude sur le site web de la BnF.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

Les étudiants et les BU : Quelles pratiques ? Quelles attentes ?

Daniel Renoult[1]

Au second semestre 2003, la mission U3M du rectorat de Paris a fait procéder à une enquête par questionnaire auprès des universités parisiennes en lettres et sciences humaines. Portant sur un échantillon de 1 500 étudiants (1 000 interrogés en sortie de BU, 500 sur les lieux de cours), cette étude, conduite par la société SCP Communication, avait pour objectif d'évaluer la fréquentation des bibliothèques universitaires et d'analyser les pratiques des publics. Ont participé à l'enquête les bibliothèques universitaires de Paris I, Paris II, Paris III, Paris IV, Paris V, Paris VII et Paris IX ainsi que la bibliothèque interuniversitaire de la Sorbonne, Cujas, Sainte-Geneviève et la bibliothèque interuniversitaire des langues orientales.

Confirmant des données de l'Observatoire de la vie étudiante (2000), l'enquête de 2003 atteste l'utilisation des bibliothèques universitaires par environ 94 % des étudiants : 54 % déclarent utiliser une bibliothèque universitaire (BU) ou interuniversitaire (BIU) plusieurs fois par semaine, 40 % d'une fois par semaine à trois fois par mois. Tandis que les BU sont utilisées quasi exclusivement par les étudiants de l'université de rattachement, les bibliothèques interuniversitaires accueillent des étudiants provenant d'universités diverses y compris ceux qui sont inscrits dans des cursus scientifiques. C'est le cas en particulier de Sainte-Geneviève. Les critères de choix d'une BU sont d'abord la proximité spatiale, la gratuité, la pertinence des collections par rapport aux programmes. Les lectures des étudiants restent prescrites avant tout par les enseignants (60 % des déclarations), tandis que les bibliothécaires (4 % des déclarations) ou les libraires (5 % déclarations) n'ont que peu d'influence sur les choix.

En bibliothèque, les étudiants déclarent d'abord utiliser les collections (54 %), préparer un exposé ou un devoir (46 %), relire leurs notes de cours (36 %), recourir à la photocopie et à l'emprunt de livres. Le recours aux catalogues (15 % en moyenne) est surtout le fait des étudiants avancés dans leurs études (27 % des troisièmes cycles). Si l'on considère les différentes filières de l'enquête (droit, économie et gestion, lettres, langues, philosophie, histoire, autres sciences humaines), les intensités de fréquentation sont finalement peu différenciées. La discrimination est plus nette si l'on analyse les genres de livres : les étudiants en lettres et en histoire s'avèrent les plus gros consommateurs d'essais, par exemple. Mais les différenciations sont surtout marquées selon les cycles d'études. Qu'il s'agisse du temps passé en bibliothèque, du temps moyen consacré journellement à la lecture, les troisièmes cycles se distinguent nettement par des pratiques plus intensives.

Parmi les obstacles à la lecture et à la pratique des bibliothèques, le manque de places assises, l'insuffisance du libre accès occupent le premier rang des préoccupations des étudiants. La fréquentation intensive de la Bpi et de la BnF par ceux-ci confirme, s'il en était besoin, les déficits des

1. Chef de la mission U3M au Rectorat de Paris.

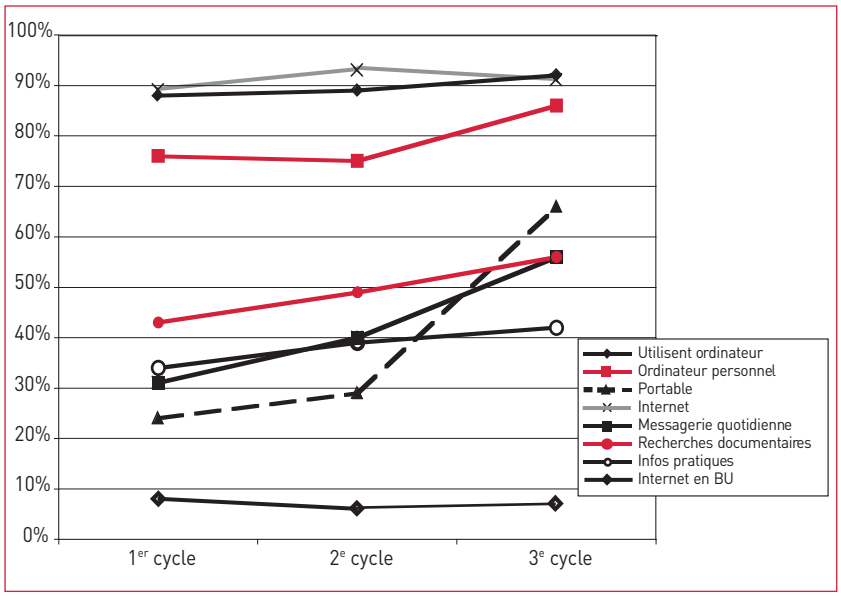
© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

ISBN 2-84246-090-1

BU parisiennes sur ces deux points. L'enquête montre également le rôle discriminant du temps d'attente. 60 % des étudiants ont renoncé au moins une fois, faute de place disponible, à entrer à la BU. 34 % déclarent que le phénomène est courant. En moyenne, les étudiants parisiens acceptent d'attendre une place cinquante-trois minutes ! Le temps d'attente pénalise davantage les étudiants issus de milieux peu favorisés. Le manque de calme de certaines bibliothèques est également évoqué par les étudiants comme un élément dissuasif. En revanche, les horaires d'ouverture font moins que par le passé l'objet de reproches.

Malgré ces difficultés et ces critiques, une majorité d'étudiants se déclarent plutôt satisfaits des BU (70 %) et considèrent que ce service public répond pour partie à leurs attentes. On soulignera cependant que leur pratique des BU reste tout à fait traditionnelle. Effet de l'offre et effet indirect des pratiques universitaires de la documentation ? Effet du faible niveau d'équipement des BU parisiennes ? Ou effet d'une évolution plus profonde des pratiques culturelles ? Il y a en tous les cas un vrai contraste entre l'utilisation intensive de l'Internet par les étudiants hors des bibliothèques, et leur faible pratique en BU, comme si l'image de la BU restait à leurs yeux attachée avant tout au document imprimé et en particulier au livre.

Les pratiques



Pour en savoir plus :

RENOULT, D., « Les étudiants parisiens et les bibliothèques universitaires : le cas des lettres et des sciences humaines », *Bulletin des bibliothèques de France*, t. 49, n° 5, 2004, p. 80-86.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*
ISBN 2-84246-090-1

Concurrences et complémentarité

Bibliothèques, librairies, grandes surfaces et vente par correspondance : quelles concurrences autour du livre ?
Bernadette Seibel

Le public du cinéma en médiathèque
Christophe Evans

La bibliothèque de Rotterdam : un pari réussi [Texte non communiqué]
Frans Meijer

Bibliothèque et concurrence : par quel(s) bout(s) prendre la question ?
Dominique Lahary

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

Bibliothèques, librairies, grandes surfaces et vente par correspondance, quelles concurrences autour du livre ?

Bernadette Seibel[1]

Pour tenter de répondre à cette question, il importe de replacer la concurrence dans le champ de diffusion où elle s'exerce et qui lui donne sens. Ceci nécessite de comprendre comment celui-ci se structure et en fonction de quoi se définissent les positions occupées par les diverses instances marchandes ou non marchandes de diffusion culturelle par rapport à l'enjeu du champ qu'est l'exercice du pouvoir de médiation[2]. Celui-ci doit être entendu comme le pouvoir de sélection, de prescription et de facilitation de l'appropriation des biens culturels selon des modalités diverses à travers l'achat ou l'emprunt. La position dans le champ règle en effet le rapport des instances de diffusion aux créateurs-producteurs-éditeurs d'une part, aux consommateurs de livres d'autre part, mais aussi aux partenaires tel qu'il s'établit sur la base d'alliances ou de concurrences. Ces rapports de concurrence ou de complémentarité doivent donc, pour être compris, être rapportés aux dimensions qui organisent le champ de diffusion.

La question de la concurrence, qui émerge actuellement avec acuité dans les discours professionnels, pourrait être suscitée par l'émergence d'un nouveau modèle de médiation commun au secteur marchand et non marchand, qui s'apparenterait à ce que l'on appelle aujourd'hui un « espace culturel ». Dans celui-ci, la concurrence relative aux prix des biens ou à l'organisation des références offertes tendraient à s'atténuer au profit d'une concurrence sur les services qui viseraient à réduire l'incertitude du consommateur quant à la qualité des biens recherchés et à en faciliter la proximité intellectuelle, culturelle ou physique. Nous examinerons dans un premier temps les facteurs de structuration du champ, puis les rapports de concurrence tels qu'ils apparaissent à travers les pratiques d'approvisionnement des publics et les logiques d'offre de bien et services mis en œuvre pour les conquérir, en tenant compte de l'évolution des facteurs externes et internes qui pèsent sur la structuration du champ de diffusion.

Deux dimensions structurent le champ de la diffusion culturelle. La première vise la structuration d'un public, ou si l'on préfère d'un marché, par la mise en place de modalités économiques agissant sur l'organisation de l'offre de références et biens culturels ; la seconde s'attache aux manières de le conquérir par la mise en place de systèmes diversifiés de médiation.

Le premier axe de structuration du champ renverrait ainsi aux modes de pénétration du marché selon une logique opposant le secteur marchand au non marchand. Celle-ci organiserait les représentations que les professionnels tenant ces positions ont de leur activité et de ses finalités : logique commerciale et rentabilité financière d'une part, financement public et gratuité de l'offre associés au développement ou à la démocratie culturels d'autre part.

Le second facteur de différenciation interne du champ de diffusion renverrait aux modalités de la médiation opérée par les diverses instances de diffusion : d'un côté l'organisation et la mise à disposition d'une offre

1. Sociologue, chercheur associé au DOCSI (ENSSIB-Lyon 1).
2. Sur la notion de champ, cf. : BOURDIEU, Pierre, *Les Règles de l'art, Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Le Seuil, 1992.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

ISBN 2-84246-090-1

sélectionnée visant à structurer la demande, de l'autre la prise en compte des caractéristiques de la demande et la mise en place de services spécifiques visant à favoriser l'appropriation physique, intellectuelle ou culturelle des biens par des publics qui peuvent de par leurs dispositions personnelles en être plus ou moins éloignés[3].

De par sa position intermédiaire entre la production-création et les consommateurs de biens culturels, le champ de diffusion est cependant soumis, par contrecoup, aux évolutions qui contraignent le secteur éditorial et affectent les caractéristiques de la demande. L'organisation de la diffusion de la production éditoriale n'est pas sans lien avec l'industrialisation et l'accroissement de la concentration éditoriale qui ont provoqué la constitution de deux grands groupes, parallèlement au maintien d'un groupe de maisons d'édition de taille moyenne et d'un grand nombre de petites maisons assurant pour partie le renouvellement de la création. De même, l'augmentation régulière du nombre de titres et la baisse du tirage moyen ont conduit à un renouvellement rapide de la production, du moins dans certains secteurs éditoriaux. Du côté de la consommation, la féminisation accrue du lectorat, la translation vers le haut des diplômes détenus par la population française, se sont accompagnés d'une baisse du nombre des lecteurs intensifs de livres au profit d'un accroissement du volume des lecteurs de faible intensité et d'une stagnation des ventes et des acheteurs de livres dans les dix dernières années, provoquant ainsi ce que l'on a appelé la crise de l'édition[4].

Par ailleurs des transformations internes au champ, liées à l'introduction de nouvelles formules de diffusion soutenues par de nouveaux professionnels ont permis le développement, tant dans le secteur marchand que non marchand, de nouveaux modèles d'espaces d'offre diversifiée de biens et services culturels. L'organisation en réseau en facilite la gestion et permet des économies d'échelle, tandis que le libre accès aux biens et services qu'ils proposent induit la libre circulation des consommateurs de livres et autres produits culturels. Ces nouveaux espaces favorisent ou tolèrent la lecture sur place, ainsi que la participation à des événements et animations culturels où la sociabilité peut s'exprimer. On peut regrouper sous le terme d' « espace culturel » les médiathèques municipales comme les grandes surfaces spécialisées de type FNAC, Virgin, etc., dont le développement a été particulièrement rapide dans les années 90, ainsi que les grandes librairies de qualité. Y participent également les clubs de vente de livres par correspondance, notamment France-Loisirs dont l'évolution récente va dans ce sens avec la création de nouveaux lieux d'offre « place-médias » dans les villes moyennes, parallèlement à l'organisation d'une possibilité d'accès à un stock plus large de livres par internet.

Du côté du pôle non marchand, le développement de la lecture publique et la mutation des bibliothèques en médiathèques depuis vingt ans s'est

3. Sur la structuration du sous-champ des bibliothèques selon ces deux variables, cf. : SEIBEL, Bernadette, *Bibliothèques municipales et animation*, Paris, Dalloz, 1983,

4. C'est à l'occasion d'une crise provoquée par la baisse du CA de l'édition, concomitante du développement du volume des prêts en lecture publique, que l'Observatoire de l'économie du livre a dû reformuler en problématique scientifique une demande sociale d'explicitation de la concurrence dans les pratiques d'approvisionnement en livres entre l'emprunt et l'achat formulés par J. Lindon. Ces enquêtes constituèrent un préalable à la réglementation du droit de prêt en bibliothèque.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*
ISBN 2-84246-090-1

traduit par une augmentation de l'impact des bibliothèques publiques sur la population française. Le taux de pénétration des bibliothèques publiques est ainsi passé de 13 % à la fin des années 70, à 18 % à la fin des années 80 et 25 % à la fin des années 90.

Le succès de ces nouveaux espaces culturels est réel quelle que soit leur position dans le champ de la diffusion. Du côté du pôle commercial, dans un marché étal, ce sont les grandes surfaces spécialisées (GSS) qui ont le plus augmenté leur part de marché, en valeur et en nombre d'acheteurs entre 1993 et 2002. Le secteur a vu progresser le nombre d'acheteurs fréquentant les GSS de +15 %[5], alors que pendant le même temps les clubs de seconde génération[6], après avoir connu un fort accroissement de leur pénétration dans les années 70, ont vu décliner leur pénétration dans la population française. Ainsi la position dominante du club France-Loisirs n'a pas empêché une stagnation de son impact dans la seconde moitié des années 80, avant d'amorcer dans la décennie 90 une diminution d'environ 20 % de ses adhérents. Ce club a ainsi perdu dans les dix dernières années 1,4 % de taux de pénétration, passant de 8,5 % en 1993 à 7,1 % en 2002.

L'évolution positive des GSS s'oppose à celle des grandes surfaces commerciales dotées des rayons « livre », caractérisée par la stagnation de leur impact. L'impact de la librairie de premier ou second niveau est également en recul malgré la concentration du commerce de détail amorcée dans les années 80 avec le développement des chaînes de librairie. Selon J.-M. Bouvaist, la concentration du commerce de détail traduirait moins le déclin de la lecture que l'adaptation des modes de mise en vente du livre aux tendances générales du commerce moderne : chaînes, VPC[7]. Ces « nouveaux » libraires partagent avec les bibliothécaires un même souci de la qualité et de la profondeur du fonds, et émettent la même crainte que la concentration des achats sur un nombre réduit d'offres ne provoque un accroissement de la concentration sur les biens les plus médiatisés qui les conduise à remettre en question leur rôle de « défricheurs de talents » et de sélectionneur de la qualité.

Dans ce contexte de restructuration du champ de la diffusion, les concurrences ou complémentarités ne s'effectuent pas toujours là où on les attend, c'est-à-dire là où elles s'effectuaient dans un état antérieur du champ.

Ainsi, pour prendre un exemple, on pourrait montrer comment, contrairement aux idées reçues, la formule de diffusion par club (VPC et points de vente) est moins dans un rapport de concurrence que de complémentarité avec la librairie de premier niveau, si l'on en juge par les pratiques des adhérents. Le déclin de la fréquentation de la librairie constaté depuis dix ans est en effet beaucoup moins fort chez les adhérents à un club que chez les non-adhérents, que l'on prenne comme indicateur le nombre d'acheteurs ou les sommes dépensées[8]. Par contre l'extension des GSS et le développement concomitant du poche constituent une vraie

5. Source SOFRES.
6. Selon le terme de Cerisier, in J.-Y. MOLLIER, dir., *Où va le livre ?*, Paris, La Dispute, 2000.
7. J.-M. BOUVAIST, *Crise et mutations dans l'édition française*, Cahiers de l'économie du livre, Hors série n°3.
8. Source SOFRES.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

ISBN 2-84246-090-1

concurrence pour les clubs car l'espace culturel conçu par les GSS correspond mieux et de façon durable aux attentes des fractions plus jeunes et mieux formées des classes moyennes et populaires qui sont surreprésentées au club France-Loisirs.

Le poche offre, en effet, comme le club, à des prix discount, une sélection de titres dans l'actualité différée à neuf mois, à laquelle s'ajoute pour le lecteur une garantie de la qualité de cette sélection. Cette garantie est liée au succès puisqu'un titre n'est repris en poche que s'il a été tiré à au moins 10 000 exemplaires. La concurrence observée dès les années 80 entre club et grandes surfaces[9] reste vive puisque l'augmentation d'inédits dans les collections de poche a conduit les clubs, notamment France-Loisirs, à élaborer une politique éditoriale de semi-poches pour concurrencer le succès de la formule auprès des jeunes adultes. Les clubs ont aussi été contraints par l'accélération du rythme de vente éditorial et par l'intégration du discount dans la politique commerciale des éditeurs, toutes choses qui rendent plus difficile l'optimisation du rapport marge/vente.

Les GSS proposent de leur côté une largeur et une profondeur de l'offre, c'est-à-dire une gamme de produits plus diversifiée et importante en volume que les clubs, qu'elles combinent à un autre avantage, l'accès libre et l'animation culturelle qui favorisent la proximité physique, l'autonomie et la curiosité intellectuelles. L'introduction de l'accès libre différencie donc les GSS des formules contraignantes d'accès aux clubs, option négative pour le Grand Livre du Mois et obligation d'achat pour France-Loisirs, sans pour autant lâcher sur la proximité et en proposant une diversification de l'offre bien supérieure.

La force de frappe des clubs qui a constitué à renforcer en permanence la proximité physique des adhérents aux biens culturels en développant de multi-canaux (VPC, boutiques, Internet) et en s'appuyant sur une relation contrainte à l'adhérent qui permettait d'assurer leur rentabilité, s'en trouve donc mise à mal. La stagnation économique et la baisse régulière du nombre des adhérents ont conduit à élaborer dans un premier temps des stratégies de lutte contre l'emprise des grandes surfaces non spécialisées par une contre-offensive de collections de livres de poche club, puis contre celle des grandes surfaces spécialisées, en tentant de mieux répondre, grâce au développement du marketing, aux attentes d'une population française mieux formée culturellement. La multiplication d'offres segmentées de biens culturels dans des catalogues distincts et plus nombreux, l'assouplissement de l'obligation d'achat, la recherche de réponses à de nouvelles raisons de s'abonner (pour la musique, la photo, puis l'audiovisuel), la proposition de services à caractère culturel (billetterie, etc.) en sont des exemples. Mais peu d'efforts ont été accomplis pour accompagner pédagogiquement les nouveaux intérêts et comportements autodidaxiques des adhérents issus

9. SEIBEL, Bernadette, *Types d'édition et différenciation de marchés du livre*, Cahier de l'économie du livre, n°9, p 66-98

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*
ISBN 2-84246-090-1

des mêmes fractions sociales, mais plus jeunes et mieux formées scolairement. Dans le système club, l'information et la prescription s'effectuent en effet principalement par l'intermédiaire du catalogue qui impose un choix limité dont la mise en valeur passe plus par la mise en place de marqueurs jouant sur le visuel ou l'affectivité que sur des considérations critiques ou d'information.

C'est sans doute pour ces raisons que la formule club se trouve actuellement concurrencée par le nouveau modèle de diffusion, l'espace culturel, qu'il soit marchand ou non marchand. Les GSS sont fortement et durablement primées par les nouvelles catégories de consommateurs issus des milieux populaires et moyens plus jeunes et mieux formés qui y trouvent de quoi satisfaire leur attachement à la culture de l'actualité et à l'éclectisme culturel. Ces consommateurs sont en effet réticents à une limitation de l'offre club, telle qu'elle se manifeste par exemple dans la proposition des 400 titres du catalogue du club France-Loisirs quatre à cinq fois par an ou dans l'offre limitée de la librairie de second niveau, car ils sont soucieux d'exercer des dispositions acquises scolairement et valorisées culturellement, l'autonomie de choix et la curiosité culturelle.

En outre, la recherche de la diversité et de l'étendue de l'offre dans un contexte de libre accès, qui sont les marques du nouveau modèle, traduit une évolution des comportements des consommateurs. Une large fraction d'entre eux n'hésitent pas à diversifier leurs lieux et modes d'approvisionnement. Ainsi par exemple la fréquentation des bibliothèques par les adhérents à des clubs n'a cessé de croître depuis vingt ans puisqu'elle concerne actuellement le tiers d'entre eux, de même que le recours à des lieux divers d'achat de livres. Cette tendance remet en cause les représentations professionnelles qui dénient la possibilité d'un usage complémentaire du club et de la bibliothèque. D'une part l'accroissement régulier de la fréquentation des bibliothèques par les adhérents à un club n'échappe pas à la tendance générale d'augmentation de la pénétration de ces établissements culturels dans la population française pendant la même période, par ailleurs le taux de la fréquentation des adhérents y est un peu plus élevé que celui de la population comparable des autres acheteurs de livres, ce qui va à l'encontre des représentations courantes.

À la différence des GSS, les bibliothèques doivent composer avec une mission patrimoniale et de référence susceptible de satisfaire des besoins autodidaxiques reformulés souvent en culture de l'information ou en souci éducatif pour les enfants. Aussi une insuffisante satisfaction de la part des clubs des besoins de lecture d'actualité, de recherche de référence, ou d'offre de qualité garantie, pourrait entraîner un report sur l'emprunt en bibliothèque ou l'achat en GSS, sachant que les pratiques d'achat sont directrices par rapport à celles d'emprunt[10] et que le poids de l'indignité culturelle est sans doute moins lourd pour le consommateur dans une

10. RENARD, H., *Les bibliothèques, acteurs de l'économie du livre. L'articulation achat/emprunt, synthèse*, Paris, Note de l'Observatoire de l'économie du livre.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

ISBN 2-84246-090-1

GSS que dans une bibliothèque. Une même population peut en effet avoir recours de façon concomitante à des espaces d'offre distincts, soit parce qu'elle met en œuvre des usages différents de chacun de ces espaces, soit parce qu'elle joue sur le registre des modalités proches, et donc concurrentes, de l'offre et se trouve alors en mesure de substituer l'une à l'autre lorsque le positionnement de l'offre ne correspond plus à ses attentes.

Si l'amplitude du nombre de références offertes et la liberté d'accès proposée sont des caractères communs aux espaces culturels marchands comme non marchands, s'y ajoute également une dialectique de l'innovation, indispensable aiguillon à l'entretien de la demande, compte tenu de la standardisation accrue des produits offerts. Qu'elle soit évaluée en termes financiers ou de fréquentation, cette standardisation garantit un succès et une rentabilité sans surprise, mais elle demeure cependant limitée car si elle est trop développée la demande s'essouffle. L' innovation s'inscrit *a contrario* dans une logique de stimulation de la curiosité, de la découverte, qui va de pair avec l'offre de nouveaux services de médiation. La concurrence pour l'exercice du pouvoir de diffusion conduit à mettre en place des dispositifs pour conquérir ou fidéliser les consommateurs de biens culturels en les accompagnant dans leurs choix ou en garantissant à leurs attentes une réponse de qualité.

Il faudrait analyser dans cette optique les arbitrages effectués dans les politiques d'acquisition des bibliothèques pour mesurer toute la portée des écarts entre les discours justifiés par la fonction patrimoniale ou de référence, et les pratiques réelles qui tendent à limiter, mais jusqu'où, la standardisation (achat par exemple de prix littéraires en peu d'exemplaires). Il faudrait aussi connaître la part réelle accordée à l'innovation dans la prescription de l'offre ou l'accompagnement de la demande car celle-ci ne peut se limiter au seul soutien, souvent mis en avant, aux petits éditeurs et à la coopération avec la librairie indépendante. La même analyse devrait être conduite pour le secteur marchand.

Par ailleurs, dans une situation où le nombre de biens offerts en libre accès est considérable, leur renouvellement rapide et l'information coûteuse, les coûts de la recherche du meilleur produit pèsent sur le consommateur. Or son incertitude est grande concernant les biens culturels car chaque livre étant un prototype, le risque d'erreur est plus grand. Ce risque peut tenir à une question d'ignorance, de redéfinition de la valeur symbolique des produits, ou provenir d'une difficulté à évaluer leur opérationalité pratique. Pour limiter son incertitude, le consommateur de livres doit donc s'appuyer sur des mécanismes qui ont pour finalité de limiter ces risques, sachant que ceux-ci sont inégalement distribués. Les services rendus deviennent ainsi déterminants pour conquérir et fidéliser un public qui tend de plus en plus à abandonner la fréquentation exclusive d'un lieu d'offre, le consommateur ne voulant plus se situer dans un seul sous-ensemble de l'offre. Ainsi, par exemple, 70 % des adhérents au club France-Loisirs achètent également en dehors du club et dépensent plus en dehors du club qu'à l'intérieur, et plus de 30 % s'approvisionnent également en bibliothèque.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*
ISBN *2-84246-090-1*

Ceci a comme conséquence de définir dans le travail professionnel un coût d'aide à la recherche du meilleur produit adapté à la demande de consommateurs segmentés selon leurs compétences de lecture et leurs centres d'intérêt, tout en sachant que cette incertitude peut être compensée par la longévité de certaines œuvres ou la présélection organisée par les éditeurs au sein de collections qu'il suffit alors de suivre.

La forme que peut prendre l'intervention d'un intermédiaire, et par là le service rendu, varie en fonction des positions occupées par les instances de diffusion au sein desquelles il travaille, et de ses propres représentations du métier. La médiation professionnelle comporte en effet deux dimensions dont le poids peu varier dans les pratiques professionnelles : une de sélection pour composer l'offre, l'autre d'accompagnement pour aider le consommateur d'écrit à réduire son incertitude face au contenu, au message[11]. Certains intermédiaires proches du pôle culturel ont ainsi construit leur profession sur la dimension de sélection-prescription, c'est-à-dire de production de la valeur des œuvres par la manipulation symbolique et/ou sur la dimension pédagogique d'accompagnement appuyée sur des dispositifs ludiques ou nécessitant un effort adapté aux intérêts et aux compétences des publics. D'autres intermédiaires proches du pôle commercial prétendent à la reconnaissance de cette fonction de médiation au risque de voir celle-ci entrer en contradiction avec les dispositions, les pratiques et les finalités professionnelles correspondant à la position qu'ils occupent dans le champ de diffusion. Les services qu'ils proposent peuvent ainsi viser au transfert dans le pôle marchand de services de médiation pratiqués dans le pôle non commercial.

Dans un contexte de stagnation du nombre de consommateurs, d'inflation de la production, et d'apparition de nouveaux espace de diffusion culturelle, la concurrence entre ces diverses instances passe donc de plus en plus par les services rendus. Ceux-ci s'apparentent à un label indiquant la qualité du bien et les manières d'en user, ou à des aides personnalisées au choix. Ils permettent au consommateur de réduire sa marge d'incertitude, sachant que celle-ci est inégalement distribuée. Plus l'instance de diffusion se situe près du pôle commercial, plus elle joue la marque, la supériorité de l'information sur le produit culturel (qui est l'auteur, ce que raconte le texte…), la labellisation par le recours à la critique extérieure (prix, coups de cœur de professionnels reconnus). Plus elle est proche du pôle symbolique et plus elle fait appel à la mise en contexte et en réseaux culturels des biens et messages, à l'information « autorisée » sur les contenus, et à des actions visant la modification des dispositions culturelles de consommateurs. Ainsi, par exemple, en bibliothèque comme en librairie ou en GSS, la proposition de services a tendance à délaisser le traditionnel conseil individuel qui nécessite une relation de proximité avec les fonds et les consommateurs, acheteurs ou emprunteurs, pour s'orienter vers la labellisation des produits par l'animation ou le repérage bibliographique appuyé sur les technologies de l'information.

11. Pour les bibliothécaires, cf. SEIBEL, Bernadette, *Au nom du livre, analyse sociale d'une profession*, Paris, Bpi-Centre Pompidou/La documentation française, 1988.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

ISBN 2-84246-090-1

Cependant, quelle que soit la position occupée dans le champ de diffusion, le fonctionnement de la concurrence par les services rendus repose sur la confiance accordée à la médiation et à la reconnaissance de l'expertise des professionnels. Or celle-ci est fonction de l'homologie de position du consommateur dans le champ social, du médiateur dans le champ de la diffusion, et de l'éditeur-auteur dans le champ de la production. En cas d'échec de l'expertise ou de perte de confiance, le consommateur s'oriente alors vers des offres de substitution.

Cette brève présentation de ce que représente la concurrence entre des instances de diffusion différentes nécessiterait d'appréhender plus finement les modalités et les conditions de possibilité des rapports de concurrence ou de complémentarité par lesquelles s'expriment les politiques d'offre dans le champ de la diffusion. Ces rapports de concurrence rendent compte des positions qui structurent cet espace à un moment donné du temps. Or ces positions sont définies par le poids inégal accordé aux dimensions économique et symbolique dans la diffusion des contenus culturels offerts et les modalités de leur proposition, et sont en outre soumises inégalement aux contraintes extérieures qui pèsent sur les choix et autorisent des jeux différents. Il importerait donc de pouvoir en analyser toutes les dimensions.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

Le public du cinéma en médiathèques[1]

Christophe Evans[2]

Un mot pour commencer, à propos de cet intitulé ambigu. Le terme « cinéma » désigne en effet un contenu, un univers culturel : des films de fiction ou des documentaires… C'est aussi un dispositif et un lieu où sont projetées des images animées : on compte ainsi un peu plus de 2 000 lieux de projection commerciaux sur l'ensemble du territoire, lesquels totalisent un peu plus de 5 000 écrans. Il sera essentiellement question ici du premier ordre d'idée et, plus précisément encore, de la question des publics de l'image animée en médiathèques publiques : emprunteurs de vidéogrammes et spectateurs consultant sur place[3]. Pour planter le décor, je commencerai par faire le point à l'aide de données quantitatives sur le rapport que les Français entretiennent avec le cinéma et sur la place que les consommations audiovisuelles domestiques occupent aujourd'hui au sein de leurs loisirs ; j'en profiterai, à cette occasion, pour aborder rapidement la notion de culture cinématographique. Toujours à l'aide d'indicateurs objectifs, essentiellement chiffrés, nous irons voir ensuite du côté de l'offre de vidéogrammes en médiathèque publique et notamment de quelle façon cette offre rencontre le public (emprunts et visionnages sur place). Dans un troisième et dernier volet, je présenterai rapidement, pour terminer, quelques résultats d'une enquête récente réalisée par la société SCP-Communication pour le compte de la Direction du livre et de la lecture du ministère de la Culture et de la Communication à propos des usagers des films documentaires dans les bibliothèques publiques. Partis de données de cadrage généralistes pour arriver sur le terrain de l'offre et des usages en médiathèques, nous serons à même de formuler quelques remarques conclusives : d'une part, sur le statut et la place des images animées dans nos sociétés au regard de leurs consommations domestiques et, d'autre part, sur le développement de la recherche sur le terrain des établissements de lecture publique en ce qui concerne les usages hors le livre.

Une culture de l'écran

Le cinéma demeure, on le sait, la sortie culturelle la plus fréquente et la plus partagée en France, même si les milieux populaires se sont sensiblement désengagés sur ce plan depuis les années 70. Près d'un Français sur deux âgé de 15 ans et plus déclare être allé au cinéma au cours de l'année d'après l'enquête *Pratiques culturelles des Français* réalisée en 1997, et un peu plus d'un sur cinq s'y sont rendus 6 fois et plus selon la même source[4].

Le temps hebdomadaire moyen passé à visionner la télévision ou des cassettes vidéo au foyer est passé de 20 heures en 1989 à un peu plus de 23 heures en 1997. Au total, Jean-Michel Guy estime qu'un individu visionne en moyenne 250 films par an sur petit écran (à la télévision ou en vidéo), et trois au cinéma ; ce qu'il appelle la « vidéophilie » est donc bien l'une des activités les plus pratiquées aujourd'hui[5]. On mesure à l'aide de ces premiers chiffres le capital filmique accumulé par chacun au cours d'une vie : si 90 % des Français âgés de 12 ans et plus déclarent ainsi avoir vu *La*

1. Ce texte actualise une partie des informations présentées dans l'article « À la recherche des publics de la vidéo : Données de cadrage sur la vidéophilie », publié dans le recueil *Cinéma en bibliothèque* paru aux Éditions du Cercle de la Librairie en 2004 sous la direction d'Yves Desrichard avec la collaboration d'Yves Alix et Marc Vernet.
2. Chargé d'études en sociologie au service Études et recherche, à la Bpi.
3. Les publics des imprimés ou des rares cédéroms interactifs consacrés au cinéma, de même que ceux des bandes-son de films sur compacts disques, ne sont donc pas concernés.
4. Donnat, Olivier, *Les Pratiques culturelles des Français. Enquête 1997*, ministère de la Culture et de la Communication-La Documentation Française, 1998.
5. « Les Français vidéophiles », *Développement culturel*, n°120, octobre 1997.

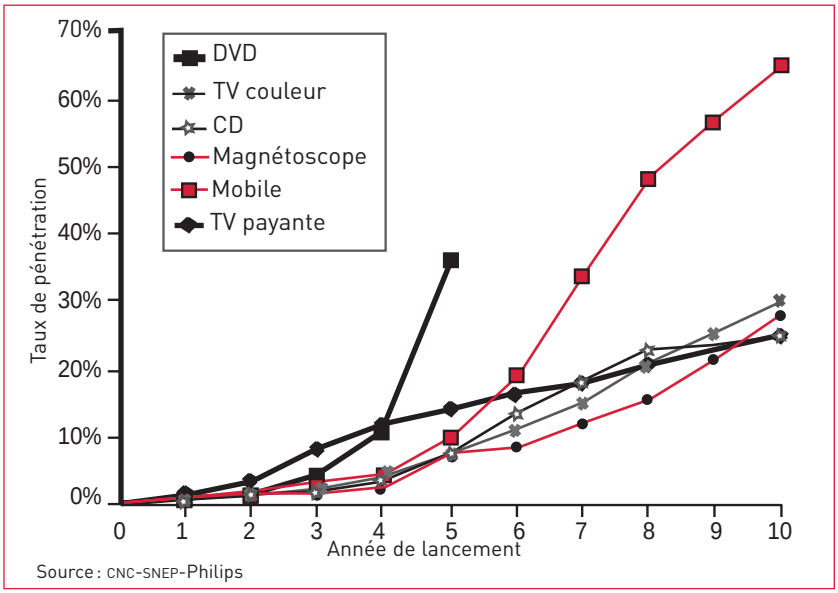
© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

ISBN 2-84246-090-1

Vache et le prisonnier, grand classique familial, pas moins de 40 %, avec le jeu des rediffusions télévisées, déclarent avoir vu *À bout de souffle* de Jean-Luc Godard, considéré pourtant comme un film d'art et d'essai.

Les évolutions technologiques se succèdent par ailleurs rapidement les unes aux autres. Les médias de la seconde moitié du XX^e^ siècle (télévision, magnétoscope, satellite et câble) font place aux médias ou aux nouvelles offres du début du XXI^e^ siècle (DVD, home-cinéma, vidéo à la demande…). Le mouvement s'est considérablement accéléré ces dernières années et le taux d'équipement des ménages en ce qui concerne l'audiovisuel domestique atteint désormais des hauteurs impressionnantes : le taux de pénétration des lecteurs de DVD est même plus rapide que celui des téléphones mobiles qui battait déjà des records en son temps (voir schéma ci-dessous). Le centrage des activités culturelles sur l'audiovisuel domestique est donc un phénomène massif qui va continuer à se généraliser et à s'ancrer durablement dans nos existences puisque la demande dans ce domaine s'articule à une offre dont les coûts d'accès tendent à se réduire de manière conséquente : le succès récent du support DVD, dont les consommateurs se sont emparés avec force, et la baisse impressionnante en l'espace de 5 ans à peine des prix des lecteurs dédiés à ce type de support en est un bon exemple (aujourd'hui, on peut noter d'ailleurs que les ventes des films sur DVD dépassent celles des vidéocassettes). Des résultats récents d'enquêtes réalisées au cours de l'année 2003 faisaient état de 79 % des Français âgés de 15 ans et plus équipés de magnétoscopes, 27 % équipés de lecteurs DVD, 20 % équipés de la télévision par câble et 15 % par satellite (les lecteurs de livres affichant à chaque fois les plus forts taux de possession pour l'ensemble de ces équipements…)[6].

Historique de pénétration des équipements dans les foyers



Source : CNC-SNEP-Philips

6. « Comment les Français lisent-ils », sondage Ipsos/*Livres Hebdo*, *Livres Hebdo,* n° 506, 21 mars 2003.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*
ISBN 2-84246-090-1

Le DVD étant un support arrivé récemment dans les foyers, comme je viens de le rappeler, nous n'avons pas suffisamment de recul pour mesurer finement la place qu'il y occupe (les « dévédéthèques » privées sont encore en cours de constitution). Nous disposons, en revanche, de données intéressantes en ce qui concerne les cassettes vidéo. On sait ainsi, toujours selon l'enquête *Pratiques culturelles des Français*, que la moyenne des cassettes vidéo possédées au foyer était de 57 en 1997 contre 28 en 1989, soit un doublement des collections privées pour ceux qui déclaraient posséder des magnétoscopes en l'espace de 8 ans. Comparativement, il faut savoir que pour les livres, sur la même période, la marge de progression était beaucoup moins forte puisque la moyenne s'établissait à 164 livres parmi les possesseurs de livres en 1997 contre 152 en 1989.

La culture de l'écran ne s'appréhende toutefois pas uniquement en termes volumétriques, qu'il s'agisse de l'offre ou des usages. Jean-Michel Guy rapporte ainsi que sur une liste de 31 noms de réalisateurs, 9 % des Français de 12 ans et plus interrogés ne peuvent donner qu'un seul nom, un tiers connaissent moins de cinq noms, et seulement 15 % en connaissent plus de 20 (10 étant la moyenne)[7] ; il précise : « fait intéressant, les noms des réalisateurs sont mieux connus des Français les plus diplômés que de ceux qui déclarent aimer énormément le cinéma et y aller très souvent […] les plus "cinémanes" (qui se disent par ailleurs cinéphiles) accordent donc moins d'importance au nom du réalisateur d'un film que les "lettrés". Il existerait donc deux modèles de "culture cultivée" en matière de cinéma : celui des "gros consommateurs", qui ont un capital de connaissance très étendu et celui des "sélectifs", qui ont un capital moins important en volume mais plus spécialisé[8] ». On retrouve ici l'écho de ce que l'on savait déjà pour le livre : un certain nombre de données qui paraissent élémentaires aux spécialistes et aux professionnels de la médiation culturelle échappent en partie au grand public.

Offre et demande en médiathèques

Pour avoir une image claire du poids que représentent les collections de vidéogrammes dans les bibliothèques municipales françaises, on peut se reporter aux moyennes statistiques établies par la Direction du livre et de la lecture (voir tableau 1 suivant). Afin de tenter d'atténuer l'effet d'écrasement ou de gonflement artificiel des chiffres causé par la production de moyennes réalisées à l'échelon national, il peut se révéler intéressant cependant de produire le même type de données à partir d'un site précis : il s'agira ici de la médiathèque de Chambéry, soit un établissement qui figure en pôle position dans le classement *Livres-Hebdo*/SCP des « Villes où il fait bon lire[9] ».

Pour commencer, on voit bien, à la lecture du tableau, qu'il existe un écart très important, pour ne pas dire abyssal, entre les collections d'imprimés et les autres supports au niveau national : les collections de vidéogrammes en 2002 sont, en effet, 92 fois moins importantes que celles des imprimés[10] !

7. *Développement culturel*, n° 135, *op. cit.*, p. 9.
8. *Ibid*, p. 7. Jean-Michel Guy évalue à 1,5 million la population de cinéphiles en France que l'on pourrait qualifier d'érudits.
9. Sous-entendu des villes qui affichent un taux de surface d'espaces de lecture publique important, un taux d'inscription élevé, des budgets d'acquisition conséquents et des collections multisupports bien représentées (notamment de vidéogrammes). « Les villes où il fait bon lire », *Livres Hebdo,* n° 560, 4 juin 2004.
10. Du coup, on peut se dire que certaines envolées militantes – au demeurant de plus en plus rares – sur l'avènement en France du modèle médiathèque au sens fort se trouvent brutalement ramenées au sol…

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005

ISBN 2-84246-090-1

Cet écart demeure évidemment à Chambéry, mais il est moins creusé puisque les collections de vidéogrammes ne sont que 16 fois moins importantes que les collections d'imprimés. Quand on compare ensuite les taux d'emprunts de documents avec les taux de possession, on obtient des informations également significatives au niveau national : les taux d'usages les plus élevés semblent en effet concerner les collections les moins dotées, la palme en la matière revenant aux collections de vidéogrammes. Ce constat est justifié ; il mérite toutefois d'être relativisé : les indicateurs de Chambéry montrent ainsi que les données nationales souffrent d'un effet de loupe inversé qui tient aux grandes masses prises en compte (un total des collections d'imprimés au niveau national considérable, fruit d'une histoire longue et d'un développement important des collections dans ce domaine depuis le début des années 80, et, en regard, un cumul des collections de vidéogrammes fort modeste, pour ne pas dire plus, fruit d'un développement beaucoup plus récent et du fait que les bibliothèques municipales qui n'offrent pas ce type de support sont encore nombreuses aujourd'hui[11]). Le déséquilibre entre les différents supports est donc important, mais on peut se dire, grâce à l'exemple de Chambéry, qu'il n'est pas assuré que le développement général des collections de vidéogrammes, s'il avait lieu à un rythme soutenu, entraînerait une augmentation des publics et des emprunts au même niveau : au-delà de certains paliers, selon toute vraisemblance, l'évolution des taux d'usage se stabilise (parce que les publics ne se renouvellent pas assez ou parce que l'offre, dans certains cas, ne dépasse pas certaines limites quant à sa nature ou sa taille…).

Tableau comparatif offre / usage des collections publiques de vidéogrammes

Données DLL nationales 2002	Part dans l'offre de collection (a)	Part dans le total des emprunts (b)	Ratio (b/a)
Imprimés	92,5 %	80 %	0,9
Phonogrammes	6,5 %	15 %	2,3
Vidéogrammes	1 %	5 %	5

Données DLL Chambéry 2002	Part dans l'offre de collection (a)	Part dans le total des emprunts (b)	Ratio (b/a)
Imprimés	80 %	60 %	0,75
Phonogrammes	15 %	28 %	1,9
Vidéogrammes	5 %	12 %	2,41

Si l'état des collections de vidéogrammes est relativement facile à déterminer d'un point de vue quantitatif, il est un peu plus difficile en revanche d'évaluer la part que représentent aujourd'hui les emprunts publics de ces supports par rapport aux principaux autres moyens d'approvisionnement (achat, location,

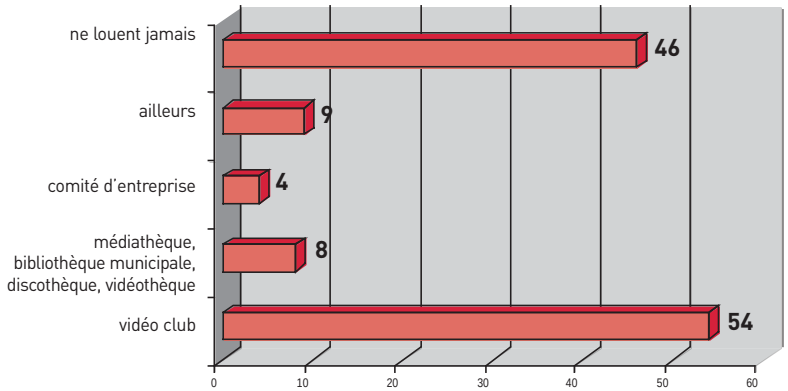
11. Un tiers seulement environ des plus de 3 000 bibliothèques et médiathèques municipales en France prêtent des vidéogrammes en 2002.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

emprunt privé). On sait toutefois, toujours d'après la même enquête *Pratiques culturelles des Français* de 1997, que 81 % des possesseurs de magnétoscopes déclarent prêter et emprunter des cassettes vidéo à des amis ou à des proches, ce qui en fait le mode d'approvisionnement le plus répandu, 61 % déclarent en acheter et 46 % en louer. On voit donc, sans surprise, qu'un vidéogramme n'est pas acquis, « consommé » et conservé de la même façon qu'un livre puisque ces derniers sont essentiellement achetés avant d'être éventuellement empruntés à des tiers. Malgré tout, et ce phénomène tend manifestement à se renforcer avec le support DVD, un certain nombre de vidéophiles se révèlent être des collectionneurs – comme les bibliophiles au sens large – puisqu'ils se procurent des vidéogrammes pour les conserver et, souvent, pour visionner à nouveau des films déjà vus en salle (57 % des raisons d'achat de vidéogrammes des possesseurs de lecteurs de DVD sont motivées par le désir de collectionner un film déjà vu en salle et 60 % pour visionner un film raté en salle). La part que représente le circuit public parmi les différentes modalités d'approvisionnement est assez limitée en regard des autres moyens d'accès. Jean-Michel Guy a montré que sur 100 Français âgés de 12 ans et plus qui possédaient un magnétoscope, 8 % déclaraient emprunter des vidéocassettes dans une bibliothèque ou une médiathèque municipale (voir schéma 2 ci-dessous), soit, tout de même, presque une personne sur dix il y a près de 10 ans : à une époque où les collections de vidéogrammes étaient nettement moins importantes[12]. On ne peut toutefois pas dire que ce circuit d'approvisionnement concurrence directement le circuit locatif en vidéoclub, d'autant plus que les emprunts publics portent en grande majorité sur des types de films qui sont peu ou mal représentés dans les fonds des vidéoclubs plutôt orientés en général vers l'actualité et les œuvres « grand public ». Enfin, on peut noter que d'après les statistiques de la DLL, le prêt de vidéogrammes augmente à mesure que la population des villes concernées décroît, c'est-à-dire, bien souvent, dans des contextes où l'on trouve peu de vidéoclubs précisément.

Les circuits d'approvisionnement

Sur 100 Français de 12 ans et plus qui ont un magnétoscope chez eux, déclarent louer ou emprunter des vidéocassettes dans un(e)... (plusieurs réponses possibles).



Source : Département des Études et de la prospective, ministère de la Culture et de la Communication, 1995.

12. De 1995, date de l'enquête citée ici, à 2002, les collections publiques de vidéogrammes au niveau national ont tout de même été multipliées par 3.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

ISBN 2-84246-090-1

La consultation de films sur place dans les médiathèques est une pratique qui se raréfie si l'on en croit les chiffres publiés par la DLL : la part du visionnage en médiathèque aurait en effet été divisée par quatre environ de 1992 à 2002. Il faut dire que cette activité, comme d'ailleurs le fait de consulter sur place des monographies, correspond plutôt à des attentes proches de la recherche au sens large ou de besoins scolaires. À la Bpi où ces attentes et ces attitudes sont courantes étant donné la structure des publics (plus de 70 % d'étudiants selon le sondage réalisé en novembre 2003), le succès des films documentaires ne s'est pour ainsi dire jamais démenti ; ces derniers semblent même trouver une nouvelle jeunesse depuis que ceux qui ont été numérisés et installés sur le réseau sont accessibles directement sur les postes de consultation dans les espaces de la bibliothèque : le visionnage en public au vu et su de tous constitue de cette façon une invite très efficace à la consultation (on voit, par exemple, le visage animé et inspiré de Gilles Deleuze filmé par Pierre-André Boutang accrocher certains passants plus facilement sans doute que ne le ferait l'étiquette muette et immobile de son nom sur les rayonnages qui lui sont consacrés en philosophie[13]).

L'enquête sur l'usage des films documentaires en médiathèque

Je terminerai, avant de conclure, sur la présentation de quelques indicateurs tirés de l'enquête que la société SCP-Communication a consacré à l'usage des films documentaires en médiathèque municipale en décembre 2003. Il s'agissait d'une enquête par questionnaires commanditée par la DLL et réalisée dans une dizaine de médiathèques possédant une section vidéo auprès de 294 emprunteurs ou spectateurs sur place de films documentaires[14]. Les indicateurs produits ici sont donc évidemment à mettre en relation avec les caractéristiques techniques de l'enquête : on ne peut pas à proprement parler les généraliser à l'ensemble des usagers de la vidéo en médiathèques publiques.

Selon l'enquête SCP, pour commencer, 60 %, des usagers interrogés déclarent lire une heure et plus par jour ; ce qui sous-entend qu'ils sont assez investis dans cette activité tout en conservant un intérêt marqué pour le film documentaire. On aimerait bien sûr pouvoir comparer cette information avec les usagers des vidéogrammes au sens large dans les médiathèques publiques. On peut se dire cependant qu'il y a de fortes chances que l'on trouve des résultats similaires sur ce point : recrutement social oblige, les usagers des vidéogrammes en médiathèques sont, ne l'oublions pas, très différents de l'ensemble des publics de l'image animée en dehors de ces institutions[15]. Autre résultat prévisible, et pour cause, pas moins de 89 % des personnes interrogées citent la bibliothèque comme lieu d'emprunt principal de leurs vidéos. Il faut dire évidemment qu'il est assez difficile de se procurer des films documentaires en général : les vidéoclubs ne sont pas des endroits appropriés pour ce type de document (hormis certains rares

13. Il faut préciser bien sûr que pour profiter du son des films diffusés à la Bpi, il faut s'équiper du casque relié au moniteur du poste de consultation (BOUTANG Pierre-André, *L'Abécédaire de Gilles Deleuze*, Sodaperaga, 1996).
14. Au cours de la même enquête, un questionnaire envoyé par courrier dans plusieurs établissements avait montré que les collections de films étaient constituées de 33 % de documentaires, 60 % d'œuvres de fiction, le reste concernant des films d'animation ou expérimentaux.
15. Voir sur ce point PASSERON Jean-Claude, GRUMBACH Michel, avec BÉNARD M., MARTINON J.-P., NAFFRECHOUX M., PARMENTIER P., PORTO-VASQUEZ F., SINGLY François de, *L'œil à la page : Enquête sur les images et les bibliothèques*, Bpi-Centre Pompidou, 1984.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

succès du box-office dans ce domaine tels les films de Michael Moore ou encore *Être et avoir* de Nicolas Philibert). Pour cette raison d'ailleurs, on peut se dire que les médiathèques publiques, fidèles à leur mission culturelle au sens fort, ont une belle carte à jouer avec le film documentaire si la médiation (mise en rayon, animation, démarche pédagogique…) est correctement assurée et assumée[16]. Un peu plus surprenant, enfin, 88 % des personnes interrogées déclarent venir prioritairement pour emprunter des vidéos ou des DVD (2,7 vidéogrammes par mois en moyenne)[17]. On peut donc évoquer une sorte de filière d'usage, sous-entendu que la majorité des usagers des films documentaires, alors qu'ils sont gros lecteurs comme on vient de le voir, fréquentent et reconnaissent la médiathèque pour son offre filmique. Il y a tout à parier ainsi que les collections de films documentaires attirent des publics spécifiques et élargissent sensiblement le recrutement des médiathèques (du moins en termes culturels plus que sociaux à proprement parler).

Que conclure à l'issue de ce petit inventaire essentiellement descriptif et quantitatif?

Il faudrait d'abord revenir sur ce paradoxe relatif: les consommations audiovisuelles domestiques, on l'a vu, sont très prisées et très élevées (qu'il s'agisse des consommations télévisuelles ou de l'usage des DVD) ; pourtant, les collections publiques de vidéogrammes à consulter sur place ou à emprunter demeurent assez nettement en retrait par rapport à celles-ci. Certes, on peut se demander si les médiathèques publiques doivent calquer leur offre sur les usages privés et les attentes des publics potentiels: la réponse est non, sans doute pas. C'est une question d'équilibre à mon sens, ou plutôt de gestion raisonnée des déséquilibres. À ce propos, comme cela a déjà été fait depuis longtemps pour les imprimés, certaines collections de vidéogrammes mériteraient peut-être de se « populariser » un peu, notamment dans le secteur des films de fiction.

L'image animée, on le sent bien, est manifestement toujours victime d'une forme d'impensé social dans notre société: elle est encore largement déconsidérée par la plupart des grandes institutions culturelles (école et bibliothèque en tête) et c'est également vrai en ce qui concerne la recherche dans ce domaine. Nous serions avisés ainsi en sociologie des publics des médiathèques d'accorder plus d'attention à ces pratiques à l'avenir, notamment à la faveur du développement des collections publiques de DVD, ce qui serait peut-être un moyen de relancer l'intérêt pour ces questions et d'éviter sur le terrain, comme cela arrive encore trop souvent, des jugements de valeur systématiquement négatifs à l'encontre des comportements consuméristes ou supposés consuméristes de certains emprunteurs de vidéogrammes en médiathèque: c'est parfois parce que les collections sont étriquées que les rayons donnent l'impression d'avoir été pillés…

Je terminerai par deux citations distantes de 70 ans qui peuvent nous donner une idée de la manière dont le cinéma est encore dévalorisé et tenu pour quantité négligeable dans notre société: la première, tirée de l'œuvre

16. Le revers de cette médaille, c'est qu'une collection publique essentiellement constituée de films documentaires entretient certains préjugés quant à l'élitisme ou l'intellectualisme supposé des médiathèques publiques.
17. 70 % empruntent ou consultent aussi bien des films de fiction que des documentaires ; 26 % uniquement des documentaires.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005

ISBN 2-84246-090-1

engagée de Georges Duhamel, date de 1930, la seconde, de Jean-Louis Harouel, est beaucoup plus récente puisqu'elle est tirée d'un ouvrage édité par les PUF en 2000, ce que je trouve pour ma part très révélateur :

« Je donne toute la bibliothèque cinématographique du monde, y compris ce que les gens de métier appellent pompeusement leurs "classiques" pour une pièce de Molière, pour un tableau de Rembrandt, pour une fugue de Bach[18]. »

« Face à l'écran, nulle nécessité de démarche intellectuelle active, de développement du savoir, de formation de la subtilité et du goût artistique. Efforts que la littérature, la peinture, la sculpture et les autres arts traditionnels requièrent au contraire, et qui permettent d'acquérir une culture[19]. »

18. DUHAMEL, Georges, *Scènes de la vie future*, Mercure de France, 1930.
19. HAROUEL, Jean-Louis, *Culture et contre-cultures*, PUF (Quadrige), 2000 (réédition).

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*
ISBN *2-84246-090-1*

Bibliothèque et concurrence : par quel(s) bout(s) prendre la question ?

Dominique Lahary[1]

Prologue : hors concurrence, hors marché ?

Deux images pour commencer : le portrait d'un homme et la vue d'une foule. L'homme, c'est Egon Krenz, éphémère successeur, du 18 octobre au 7 décembre 1989, d'Erich Honecker à la tête du parti socialiste unifié de la RDA. La foule, c'est celle des manifestants est-allemands qui se sont mis à scander, dès le changement de dirigeant : « *Egon Krenz, wir sind die Konkurrenz* » (Egon Krenz, nous sommes la concurrence).

Ainsi cette foule, au nom d'une concurrence politique à établir, se jeta pour le meilleur et pour le pire dans l'univers de concurrence généralisée qui est le nôtre.

Un collègue me disait récemment que la lecture de la nouvelle édition du *Métier de bibliothécaire*[2] lui inspirait la réflexion suivante : les bibliothécaires conçoivent leur activité comme hors marché. Il n'est pas douteux que nous autres, bibliothécaires, tenons à nous définir ainsi et donc de nous situer, sinon hors d'un univers concurrentiel, du moins dans une posture particulière par rapport à celui-ci.

Cela mérite bien un approfondissement et quelques déplacements de perspectives.

Quelles concurrences ?

Le thème de la concurrence semble récent chez les bibliothécaires. Il fait son entrée définitive dans la littérature professionnelle avec le numéro 1 de l'an 2002 du *Bulletin des bibliothèques de France*, dont le dossier principal est titré : « Alliances et concurrences ». On voit que le terme exprimant la brutalité d'un rapport à l'autre n'est avancé que précédé d'un autre présentant une version plus rassurante de ce même rapport.

Bertrand Calenge qui prépara ce dossier comme rédacteur en chef me disait avoir eu un « mal de chien à monter ce numéro », signe que le thème était encore « émergeant ».

Une brassée de concurrences

Pourtant, bien avant 2002, les bibliothécaires, *volens nolens*, se heurtèrent, directement ou indirectement, seuls ou avec d'autres, à la concurrence.

Concurrence des usages

La concurrence des usages, autour d'un temps supposé fixe de temps libre, a inquiété les professions du livre ou plus largement de la culture : la télévision contre la lecture[3], le sport contre la culture, puis l'Internet contre le papier.

Il en a moins été question quand il s'est agit du temps libre conquis après l'adoption de la loi sur les 35 heures, comme si la bataille était perdue d'avance, même si certains ont pu noter une augmentation de la fréquentation des bibliothèques le vendredi.

Mais il y a aussi la concurrence des usages au sein de la bibliothèque, qui voit individus et groupes se disputer espaces et services (« un public chasse l'autre », dit-on parfois).

---

1. Directeur de la bibliothèque départementale du Val d'Oise.
2. *Le Métier de bibliothécaire*, Édition du Cercle de la Librairie, 2003.
3. Une mise au point a été faite dans une étude, financée par l'Observatoire France Loisirs de la lecture : « Livre et télévision : concurrence ou interaction ? », Establet, Roger et Félouzis, Georges, PUF, 1992.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

ISBN 2-84246-090-1

Un des terrains de cet affrontement, c'est l'écran. S'y joue à la fois la concurrence entre publics mais aussi entre types d'usage, l'Internet écrasant ce pauvre catalogue, et sur l'Internet la messagerie écrasant cette pauvre « recherche documentaire », ce qui peut conduire à spécialiser des postes quand la logique de la standardisation permet qu'ils soient tous multi-usages.

Concurrence des investissements publics

La question est : quand la lecture publique devient-elle prioritaire sur l'agenda des élus locaux[4] ?

Viennent en concurrence les investissements extraculturels, notamment les infrastructures, mais aussi les autres champs de l'action culturelle locale : le spectacle vivant, l'enseignement musical, mais aussi sans doute la culture de l'événement contre ce service invisible, et pourtant de masse, que rendent les bibliothèques.

Emmanuelle Massiou, ma collègue de la Bibliothèque départementale du Val-d'Oise chargée des subventions a l'habitude de dire qu'un projet de bibliothèque (on dit aujourd'hui « projet de médiathèque ») est pour un maire rarement une entreprise de premier mandat. Il vient après que des investissements jugés plus essentiels ont été assurés.

Je vois depuis quelque temps des élus locaux accepter des investissements, des emplois dans des lieux identifiés comme outils de lien social notamment en direction des jeunes, avec l'Internet et des jeux en réseau, tandis que la bibliothèque demeure gérée, si l'on est à la campagne, par des bénévoles âgés recevant des enfants jusqu'à onze ans et des adultes inactifs : il y a un véritable danger de « ringardisation » des bibliothèques.

Concurrence des métiers, acte I

Sur le marché de l'emploi, on peut parler de concurrence entre les formations[5], entre les salariés et les bénévoles, entre les emplois statutaires et les autres, notamment les emplois jeunes[6], enfin entre les « professionnels[6] » et les autres (administratifs, généralistes de la culture) dans les emplois de direction.

Au cœur du sujet : la bibliothèque mise en cause

Les éléments évoqués ci-dessus permettent de tracer un paysage fait de concurrences multiples. Mais ce qui marque la période que nous vivons, ou l'éclaire d'une lumière crue, ce sont des concurrences qui mettent en cause directement les bibliothèques.

La bibliothèque accusée de concurrence déloyale ?

Au cours des années 1990, le secteur marchand a pu accuser les bibliothèques de concurrence déloyale.

---

4. Voir notamment : Bertrand, Anne-Marie, « Légitimités, concurrences, arbitrages (et retour) », *Bulletin des bibliothèques de France,* n° 1, 2002, http://bbf.enssib.fr/bbf/html/2002_47_1/2002-1-p30-bertrand.xml.asp.
5. Voir notamment : Bouthillier, France, « La concurrence dans les métiers de la documentation : réalité ou fiction ? », *Bulletin des bibliothèques de France,* n° 1, 2002.
6. Le dispositif des emplois jeunes, déployé par la loi n° 97-940 du 16 octobre 1997 et dont l'effet devrait s'éteindre en 2004, aura constitué dans les bibliothèques une véritable ruse de l'histoire au bout du compte féconde (accent mis sur la médiation, introduction de la culture des technologies de l'information dans des équipes qui pouvaient en être éloignées).
7. Attention au mot *professionnel* : il n'a de sens qu'entre soi. Les bouchers sont des professionnels. Les drh sont des professionnels. Et aussi, d'une certaine façon, les élus.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*
ISBN 2-84246-090-1

La bataille a d'abord été portée sur le terrain de l'imprimé, dans le sillage de la directive européenne sur le droit de prêt du 19 novembre 1992[8]. Les emprunts en bibliothèque porteraient tort à la vente de livres.

Une étude menée par l'Observatoire de l'économie du livre a conclu à la complexité de l'interaction entre l'emprunt et l'achat de livres. Une synthèse de ses résultats a été publiée par le *Bulletin d'informations de l'ABF* sous le titre « Les bibliothèques, acteurs de l'économie du livre[9] ». Ce slogan a semble-t-il été reçu positivement dans la profession comme une réponse à l'accusation : nous sommes dans l'économie du livre, puisque nous achetons des livres et que nous en faisons vendre. Reste que « l'intrusion de la propriété intellectuelle dans le paysage, à un degré tout à fait inédit, a servi de révélateur à une évidence : que les bibliothèques, au cœur d'une chaîne dont tous les maillons sont solidaires, ne pouvaient pas prétendre s'exclure du flux des échanges[10] ».

L'éventuelle concurrence déloyale des bibliothèques vis-à-vis du commerce du disque a été peu évoquée, sans doute parce que ne subsistent sur ce terrain que les grandes surfaces, spécialisées ou non.

C'est sur la vidéo que l'accusation a pu prendre une tournure plus vive, parce qu'existe un commerce de la location, forme marchande du prêt[11]. La question a été réglée sous la forme d'un surcoût pour droit de prêt.

La bibliothèque concurrencée ?

Réactivant une crainte précédemment exprimée, la conscience que le public de la bibliothèque pouvait s'en détourner au profit d'autres sources d'approvisionnement ou de documentation s'est accrue au début de ce siècle.

La nouvelle venait d'Amérique[12] : les bibliothèques étaient en train de se vider, et pas seulement dans les universités. En cause, ce véritable documentaliste à domicile que constitue l'Internet et notamment, reconnaissons-le, le moteur de recherche *Google*.

La menace, d'abord cantonnée au documentaire, s'est déplacée vers les objets de consommation culturelle, avec le phénomène d'autoorganisation de l'approvisionnement en morceaux de musique. On oublie de dire que, dans cette affaire, les bibliothèques sont en réalité dans le même camp que l'industrie et la distribution commerciales phonographiques,

8. La loi n° 2003-517 du 18 juin 2003 relative à la rémunération au titre du prêt en bibliothèque et renforçant la protection sociale des auteurs est parue au *Journal officiel,* n° 140, du 19 juin 2003, page 10241 et sur l'Internet : http://www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnTexteDeJorf?numjo=MCCX0200037L.

9. Observatoire de l'économie du livre, « Les bibliothèques, acteurs de l'économie du livre : l'articulation achat-emprunt », *Bulletin d'informations de l'ABF,* n° 166, 1er trimestre 1995. Voir aussi : Renard, Hervé, « Achat et emprunt de livres : concurrence ou complémentarité ? », *Bulletin des bibliothèques de France,* n° 5, 1995, http://bbf.enssib.fr/bbf/html/1995_40_5/1995-5-p26-renard.xml.asp.

10. Alix, Yves, « La banalisation des bibliothèques : une offre non marchande dans le marché de l'information », *Bulletin des bibliothèques de France*, n° 1, 2002, http://bbf.enssib.fr/bbf/html/2002_47_1/2002-1-p23-alix.xml.asp.

11. En 2000, le directeur d'une BDP a reçu à son domicile personnel une convocation de la police. Celle-ci agissait sur plainte de l'Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle à la suite de la découverte dans une bibliothèque desservie par son établissement d'une cassette vidéo dont le prêt ne semblait pas autorisé par l'éditeur ou le diffuseur.

12. Gaudet, Françoise et Lieber, Claudine, « L'Amérique à votre porte », *Bulletin des bibliothèques de France*, n° 6, 2002, http://bbf.enssib.fr/bbf/html/2002_47_6/2002-6-p70-gaudet.xml.asp. Un rapport controversé concernant les bibliothèques publiques du Royaume-Uni constate également une chute de la fréquentation : Libri, *Who's in charge*, http://www.libri.org.uk. L'association britannique des bibliothécaires et professionnels de l'information (CILIP) a répondu dans un communiqué du 29 avril 2004 : « Public Libraries Report : Diagnosis May Be Right, Treatment Isn't », http://www.cilip.org.uk/aboutcilip/newsandpressreleases/archive2004/news040429.htm.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005

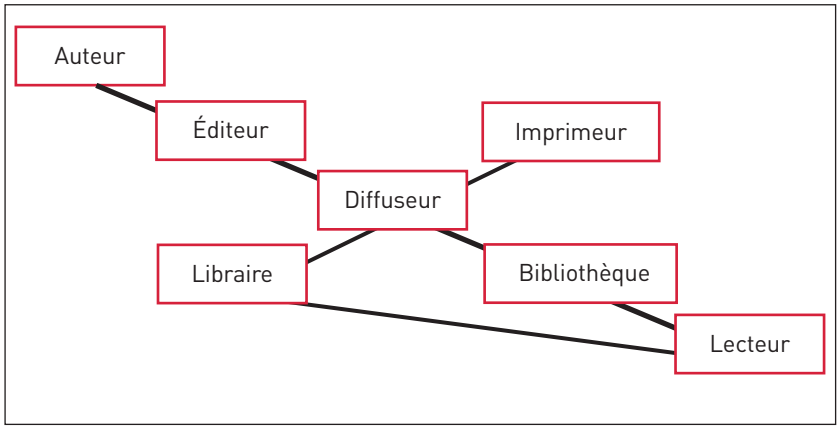
ISBN 2-84246-090-1

puisqu'elles connaissent une baisse des prêts de CD concomitante de celle de leur vente.

Mais c'est finalement un sentiment plus diffus qui s'est emparé de la profession au vu d'une certaine baisse de la fréquentation révélée par les statistiques nationales en 2002[13], quand l'offensive toute récente d'éditeurs sur le droit de prêt s'était encore fondée sur une envolée des prêts depuis les années 70.

Concurrences des métiers, acte II

La montée en charge progressive d'une économie en ligne installe une concurrence parfois brutale entre des acteurs dont le rôle était auparavant stable et respecté, les uns pouvant s'efforcer de faire le métier des autres, voire de les faire disparaître comme intermédiaire inutile pour atteindre l'utilisateur final.



On peut tendre vers deux schémas simplifiés :

– un modèle éditorial pouvant être commercial, où l'éditeur s'adresse directement au lecteur-imprimeur ;

– un modèle reposant sur le partage et le don, où l'auteur s'adresse directement au lecteur, les rôles pouvant être interchangeables.

Dans les deux perspectives, la bibliothèque pourrait n'être traitée que comme un utilisateur final parmi d'autres, perdant de son intérêt en ce qui concerne les ressources gratuites et soumise s'agissant des payantes aux stratégies commerciales qui la viseront ou la négligeront[14].

La concurrence : une question de point de vue

L'énoncé de ces concurrences conduit naturellement les bibliothécaires à confirmer le rôle spécifique de leurs établissements sur le mode de la distinction : voilà que réapparaît l'inusable concept de Pierre Bourdieu. L'offre des bibliothèques serait différente, et c'est sur cette base que la concurrence pourrait être limitée, ou évitée, ou combattue.

13. Dans le débat écrit organisé sur ce thème par le *Bulletin des bibliothèques de France*, le mot « concurrence » est totalement absent : « La fréquentation des bibliothèques municipales : débat », *Bulletin des bibliothèques de France*, n° 1, 2003, http://bbf.enssib.fr/logic/asp/sommaire.asp?ID=7033 et *Bulletin des bibliothèques de France, n° 6, 2003*, http://bbf.enssib.fr/logic/asp/sommaire.asp?ID=8139.

14. Lors d'un débat au Salon du livre de Paris, le 22 mars 2004, François Gèze, directeur général des éditions La Découverte, a déclaré que, selon lui, l'édition universitaire numérique ne viserait comme client que les bibliothèques, alors qu'il avait toujours compté sur une clientèle étudiante des livres imprimés.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

Cette différence, elle se fonde naturellement, non sur une stratégie de marketing ayant identifié une ou des cibles particulières, mais sur une idéologie du service public de la bibliothèque.

Or une telle démarche conduit à dénoncer des usages, ou à les déplorer, en tout cas à ne pas les comprendre.

C'est pourquoi je propose de mettre entre parenthèses, au moins dans un premier temps, une attitude qui rassure (« je demeure ») et tout à la fois inquiète (« tout fout l'camp ») pour tenter de se placer résolument du point de vue de l'utilisateur.

Du point de vue de l'utilisateur

Les éléments de la concurrence

Admettons que l'utilisateur agit au mieux de son intérêt en mettant en concurrence les ressources et les offreurs (coût, accessibilité, exhaustivité…). Il agit ainsi comme l'agent économique de l'économie politique classique.

Détaillons les éléments de la concurrence qui vont faire pencher l'utilisateur vers une source d'approvisionnement plutôt qu'une autre : le coût, la rapidité, l'exhaustivité, la qualité, la commodité, la réutilisation.

• Le coût

La gratuité est une modalité de la tarification. Elle n'est pas appréciée en soi mais en relation avec les autres critères.

Dès qu'il y a tarification annuelle, quelle que soit notre vertueuse bataille contre le paiement à l'acte au moment de l'affaire du droit de prêt, l'utilisateur raisonne en terme de forfait et se demande : « Est-ce que j'ai intérêt à m'inscrire en fonction des usages que je prévois ? » Le forfait permet donc même grossièrement, d'estimer un coût de chaque emprunt.

Enfin, toute tarification déjoue notre logique d'individualisation de l'inscription au profit d'une collectivisation de l'usage, familiale ou autre, afin de minimiser le nombre de forfaits à acquitter.

• La rapidité

Elle se décline en deux volets :

– rapidité d'accès au service, donc le plus souvent au bâtiment[15] ;

– rapidité d'obtention de ce qu'on recherche, soit qu'il recoure au personnel, au catalogue soit, cas le plus fréquent, qu'il trouve soi-même.

• L'exhaustivité

Il ne s'agit pas de l'exhaustivité relative à la production éditoriale ni aux divers domaines de la connaissance et de la culture, mais bien aux demandes de l'utilisateur.

• La qualité

Il s'agit là encore de la qualité vue par l'utilisateur :

– en terme de contenu : qualité de l'offre (y compris le cas échéant de l'offre inattendue) ;

– en terme de support matériel.

15. Selon une enquête menée par les services du Conseil général du Val-d'Oise auprès de plus de 400 personnes sortant de 14 bibliothèques de toutes tailles de l'est du département, 90 % des usagers mettent moins de 15 minutes pour se rendre à la bibliothèque quel que soit le mode de déplacement : Conseil général du Val-d'Oise, *Usagers et usagers des bibliothèques publiques en Pays de France et Plaine de France : Rapport d'enquête, septembre 2003*, 67 p. Disponible auprès de la bibliothèque départementale du Val-d'Oise sur son site web (http://www.valdoise.fr/bibli/bdvo) ou sous forme imprimée.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

ISBN 2-84246-090-1

• La commodité

– Est-ce que je dois m'organiser en fonction de l'établissement ou celui-ci est-il adapté à mes propres rythmes ?

– Est-ce que je trouve facilement ce que je cherche ?

– Est-ce que je peux faire ce que je veux (en particulier sur l'Internet) ?

• La réutilisation

Il s'agit essentiellement de la copie privée qui peut être une des motivations de l'emprunt. On en mesurera rétrospectivement la part si des procédés techniques viennent à l'empêcher.

Bien sûr, l'agent économique, on le sait, n'agit pas de façon rationnelle[16]. Il faut donc ajouter à ces éléments des données subjectives, comme l'accueil, la convivialité, le relationnel, et tous les éléments symboliques d'adhésion éventuelle à un lieu, à une institution.

Dans cette mise en concurrence, la bibliothèque est évidemment banalisée, comparée aux autres sources d'approvisionnement en fonction de critères indépendants de la logique qui préside à la constitution des collections ou de la prise en compte de ce que les bibliothécaires appellent leurs missions.

Et les distorsions que les bibliothécaires opèrent sur la demande ont des effets qu'on peut constater en faisant abstraction de leurs intentions. Ainsi, en n'offrant pas les best-sellers en proportion de la demande, ils sélectionnent les lecteurs de best-sellers de bibliothèque (les plus rusés, les plus experts dans l'exploitation du fonctionnement de la bibliothèque, les plus patients, ceux qui ont le temps).

Quant à la fameuse gratuité, elle est surtout un mode particulier de tarification qui sépare ce qui est payé à l'acte (l'achat d'un livre, d'un CD, la location d'un DVD) et ce qui est payé hors de l'acte (forfait, achat d'un appareil, abonnement) : la radio, la télévision, l'Internet (pour la majorité de ses usages), la bibliothèque.

Il y a même concurrence entre gratuités : les échanges de fichiers musicaux mettent hors jeu pour une partie du public et pour des genres musicaux entiers les discothèques de prêt et les vendeurs de CD.

La formulation la plus avancée de la performance attendue par l'utilisateur est le fameux « tout, tout de suite », vieux slogan de 1968 curieusement devenu celui du consumérisme contemporain (à traduire par : « Tout ce que moi je veux, au moment où moi je le veux »).

> « Certes le thème de la tension entre offre et demande n'est pas nouveau et a pour l'essentiel généré une littérature de la valorisation de la première et une pratique du compromis avec la seconde[17]. Mais tout se passait comme si un double filtre contribuait à anesthésier les tensions : le public se contentait de demander à la bibliothèque ce que celle-ci lui offrait ; ne venait à la bibliothèque que le public intéressé par l'offre qu'il pensait y trouver (ou bien encore : ne venait pas celui qui ne pensait pas y trouver ce qui l'intéresse).

16. MARIS, Bernard, *Antimanuel d'économie*, Bréal, 2003.

17. J'ai tenté de proposer une alternative à cette notion de compromis dans « Pour une bibliothèque polyvalente : à propos des best-sellers en bibliothèque publique », *Bulletin d'informations de l'ABF*, n°189, 2000, http://membres.lycos.fr/vacher/profess/textes/bibliotheque-polyvalente.htm.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

> « Or cette tension semble avoir connu une vigueur nouvelle avec l'ouverture de vastes médiathèques, comme si des espaces tenant davantage de l'hypermarché que de la boutique faisaient exploser les modes de sociabilité. Explosion ne se manifestant pas seulement par l'absence ou la dégradation des relations entre utilisateurs et entre ces derniers et le personnel, mais par une mutation de l'attente vis-à-vis de l'établissement, conçu comme un lieu d'approvisionnement parmi d'autres soumis à la pression du caprice de chacun et non comme une institution publique développant une politique d'offre légitimée, fût-ce seulement, avec l'assentiment tacite des dirigeants territoriaux et des élus, dans la tête des bibliothécaires.
> « Cette attitude nouvelle est fréquemment dénommée "consumérisme" par ces derniers et heurte de plein fouet la conception qu'ils ont de leur rôle et de leur métier. Elle signifie qu'a priori tout est légitime, tout est sur le même plan, et que tout un chacun est fondé à produire sa propre légitimité[18]. »

Le nomadisme et l'atomisation

« Le client est devenu nomade », disait derrière son comptoir le patron d'un café de Louvres (Val-d'Oise), le 19 janvier 2004.

C'est devenu une banalité du marketing que de constater le nomadisme des consommateurs, le déclin de la fidélité à une marque, à un magasin, une chaîne de télévision ou de radio : la clientèle est toujours à reconquérir, elle n'est plus ni captive ni fidèle. La bibliothèque n'y échappe pas et ne représente qu'un cas particulier de ce phénomène général qui ne touche pas seulement des institutions publiques, mais aussi des établissements commerciaux.

Ce phénomène tend à accroître la concurrence puisqu'il remet en jeu à chaque besoin la place de chaque source d'approvisionnement. Il fait que l'inscription annuelle payante en bibliothèque pose problème : ce système sélectionne des usagers réguliers ayant un sentiment d'appartenance et exclut les usagers occasionnels.

Il se conjugue avec une atomisation de la demande, qu'il convient de nuancer : l'atomisation individuelle se combine avec une fragmentation par groupe.

Ce phénomène général se manifeste également dans le champ culturel : à des blocs de culture légitime succèdent des « tribus » ou des agrégats individuels[19]. Cela ne veut dire qu'il n'y a plus de prescription, mais on préfère le prescripteur invisible (médias de masse) ou communautaire (la culture de tribu), entre pairs (*peer to peer*, nom de la technologie correspondant à cette attitude) à la prescription des institutions culturelles.

Mais l'individualisation de comportements et des services ne va pas sans paradoxes :

– du côté du client-usager, balancement entre la fréquentation de grands

18. Extrait de Lahary, Dominique, « Nouveau paysage, nouvelles compétences, valeurs pérennes ? », *Bibliothécaire, quel métier ?*, sous la dir. de Bertrand Calenge, Éditions du Cercle de la Librairie, 2004.
19. Voir Lahire, Bernard, *La Culture des individus*, La Découverte (coll. Textes à l'appui), 2004.

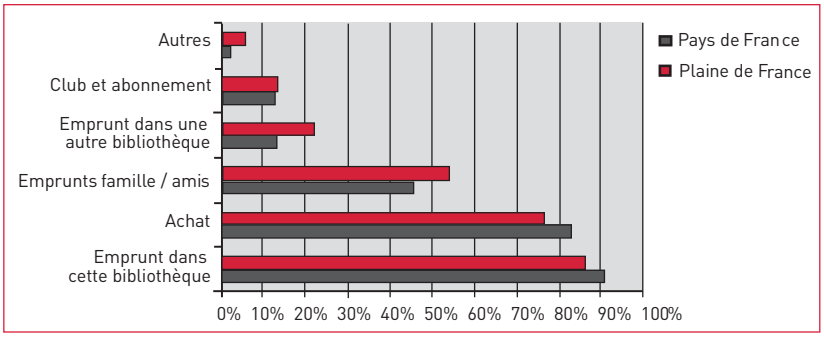
© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005

ISBN 2-84246-090-1

équipements anonymes et la recherche d'une relation fidèle à un service convivial ;
– du côté du commerce ou de l'institution publique, balancement entre l'individualisation des services (un maître mot du marketing contemporain) et la massification de l'offre.

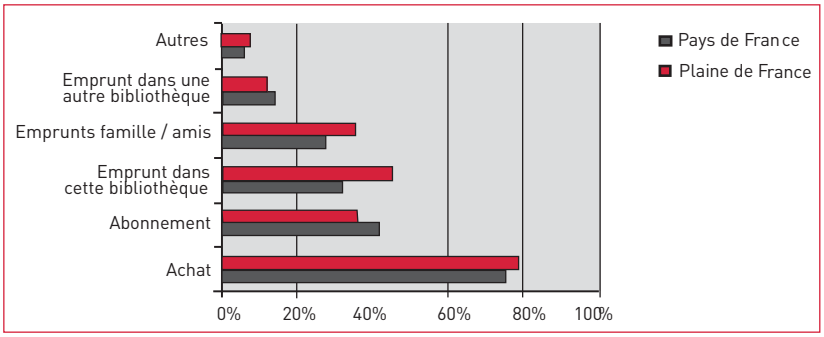
À chaque support son mode d'approvisionnement
Nous aimons à présenter la médiathèque dans son unité. En réalité, les logiques d'approvisionnements diffèrent radicalement selon les supports, comme le montre notamment une enquête menée en 2003 dans deux territoires de l'est du Val-d'Oise auprès de personnes sortant d'une bibliothèque publique[20].

• L'approvisionnement en livres
Question : « Si vous lisez des livres, où vous les procurez-vous ?



Les emprunteurs de livres en sont des acheteurs : voilà qui confirme la corrélation entre les deux pratiques. Mais l'emprunt l'emporte légèrement sur l'achat.

• L'approvisionnement en journaux et revues
Question : « Si vous lisez des journaux et des revues, où vous les procurez-vous ? »



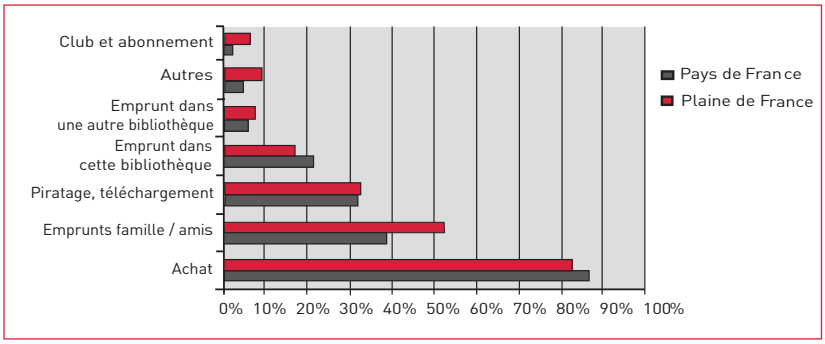
En matière de presse imprimée, l'achat domine, suivi par l'abonnement, l'emprunt en bibliothèque venant en troisième position.

20. Voir note 15.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

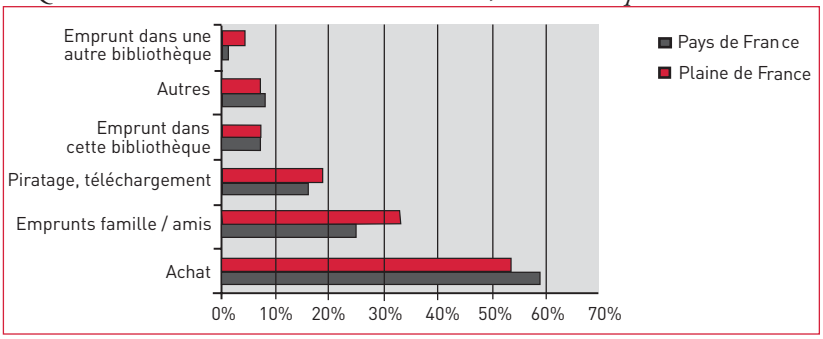
• L'approvisionnement en disques

Question : « Si vous écoutez des disques, où vous les procurez-vous ? »



• L'approvisionnement en cédéroms

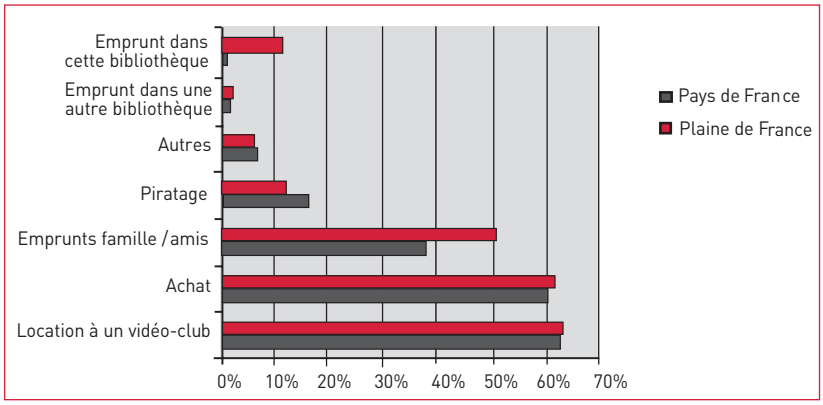
Question : « Si vous consultez des cédéroms, où vous les procurez-vous ? »



Concernant la musique enregistrée et les cédéroms, l'emprunt en bibliothèque vient loin derrière l'achat, première pratique revendiquée, l'emprunt dans le cercle de relations et le télédéchargement sur l'Internet[21].

• L'approvisionnement en vidéos et DVD

Question : « Si vous regardez des vidéos ou des DVD, où vous les procurez-vous ? »



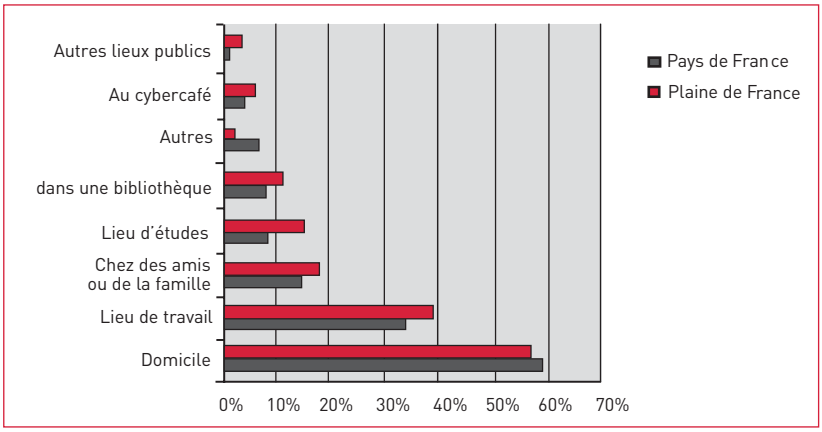
21. Précisons que la question était posée à la sortie de bibliothèques prêtant ou non des documents sonores. Il en va de même pour la vidéo, les cédéroms et l'Internet.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005

ISBN 2-84246-090-1

Le mode majoritaire d'approvisionnement en vidéo est la location, suivi de peu par l'achat. L'éventuelle concurrence se joue donc là entre deux pratiques d'acquisition temporaire (le prêt ou la location).

• L'utilisation de l'Internet
Question : « Si vous consultez l'Internet, où le faites-vous ? »



L'utilisation de l'Internet à domicile domine largement, même s'il n'atteint pas 60 %. Il est suivi par le lieu de travail et par le cercle de relations, ce qui associe cette pratique aux lieux ordinaires de vie : l'Internet, c'est ce que j'ai à ma main, là où je suis. Ce n'est pas un service vers lequel je me déplace. Comme le téléphone.

Récurrence, granularité, thésaurisation

Cette grande différenciation entre les modes d'approvisionnement, qui donne à l'éventuelle offre de la bibliothèque une place chaque fois singulière, il convient de la rapprocher de trois modes de consommation culturelle, informationnelle ou de loisir.

• La récurrence

Combien de fois vais-je consommer ? On peut distinguer :
– la consommation unique ou quasi unique : on lit un livre écrit sur un mode narratif, qu'il relève ou non de la fiction, une fois, parfois deux[22] ;
– la consommation d'occasion : livres à consulter quand on en a besoin, comme un dictionnaire ou un livre pratique ;
– la consommation moyennement récurrente : on peut voir et revoir un film un certain nombre de fois ;
– la consommation hyperrécurrente : c'est le cas de la musique, du moins pour certains morceaux pendant un certain temps.

Ainsi, le mode même de consommation suppose ou non la possession. Quand il le suppose, l'emprunt en bibliothèque n'a d'intérêt que pour essayer… ou pour copier.

22. Certains commencent par la seconde fois puisqu'ils prétendent « relire ».

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

• La granularité

Le concept de granularité de l'information s'est répandu au cours des années 1990 pour rendre compte de la variété des unités d'information pertinentes pour l'internaute (le site, la page, le document, le fragment), quand les bibliothèques avaient le plus souvent pour habitude de gérer… et décrire des unités physiques correspondant à ce qu'elles pouvaient stocker et communiquer, et/ou des unités bibliographiques répondant à la logique de l'éditeur.

Il convient aujourd'hui de parler de granularité de la consommation, et l'on voit bien que ce qui intéresse nombre de consommateurs de musique, c'est le morceau, qu'ils repèrent, déchargent et copient sur leur baladeur. Cette fragmentation et cette volatilité, qui plaisent aux utilisateurs, font peur aux ayants droit.

• La thésaurisation

La thésaurisation d'objets de consommation culturelle, informationnelle ou de loisir répond à un besoin pratique de consommation (disposer quand on a besoin) mais aussi à des ressorts qu'on qualifiera d'irrationnels en déniant toute connotation négative à cette qualification : l'affectif, le symbolique, et bien d'autres choses encore.

Bien d'entre nous sont ainsi des collectionneurs. Sans doute sont-ils plus fondés à l'être pour leur propre compte que les bibliothécaires pour leur établissement.

Quant à la thésaurisation par délégation dont serait investie la bibliothèque pour une population, faute d'étude, je me contenterai d'y croire assez peu, sinon en creux par la pratique du don : je donne à la bibliothèque parce que je ne me résous pas à jeter.

Retour au point de vue (désormais éclairé) de l'offreur

Comment nomme-t-on l'utilisateur ?

La façon dont les bibliothécaires ou leurs administrations nomment les utilisateurs est pleine d'enseignements.

Désignation	Vision	Qualificatif
Le lecteur	Culturelle	Acteur-consommateur
L'inscrit	Administrative	Soumis
L'usager	Administrative avec idéologie du service public	Soumis
L'adhérent	Participative ou appartenancielle	Fidèle
Le client	Consumériste	Roi

Il serait intéressant d'établir la répartition de ces appellations dans le discours écrit et oral des divers types de bibliothèques et de leurs tutelles administratives et politiques. Mais il semble bien que le terme dominant, chez les bibliothécaires revendiquant leur profession, soit « lecteur », mais

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005

ISBN 2-84246-090-1

que son usage recouvre les contenus véhiculés par les termes « inscrit » et « usager », qui impliquent une soumission à la légitimité du service public, tandis que le client-roi produit sa propre légitimité : voilà, pourquoi nous refusons ce mot.

Quant à celui de « consumérisme », il pourrait bien être la façon qu'ont les bibliothécaires et autres prescripteurs de reconnaître, en la condamnant, la prise du pouvoir de l'utilisateur sur ses propres demandes.

Les institutions culturelles ont l'habitude de constituer leur public. Le sentiment de décalage viendrait d'un renversement : le public auto-institué prétendrait générer l'offre.

Rappelons-nous la cruelle formule de Bertolt Brecht, selon laquelle si le gouvernement était mécontent du peuple il n'avait qu'à le dissoudre et en nommer un autre[23].

Le contraire de la concurrence, c'est…

… le monopole, et non le « hors marché ». Si les bibliothécaires ont le sentiment d'entrer dans un univers concurrentiel, c'est parce qu'ils se rendent compte qu'ils ont perdu leur monopole, qui n'était peut-être qu'imaginaire.

Ce monopole était celui de l'exercice d'une mission de service public de transmission du savoir et de la culture, sur un territoire géographique donné. Cela impliquait une maîtrise au moins imaginaire du territoire et de la population, par la reconnaissance d'une portion significative dénommée « public ».

Or les gens n'en font qu'à leur tête, ils pratiquent la fréquentation à éclipse, combinent les modes d'approvisionnement incluant ou non la bibliothèque, et choisissent leurs lieux de chalandise sans tenir compte des limites institutionnelles. On ne maîtrise jamais une population, on n'en attire que des lambeaux qui auront trouvé intérêt à venir là plutôt qu'ailleurs : « Le territoire est […] un "mille-feuille" ; […] un "point d'empilement instable entre de multiples réseaux se déployant à des échelles différentes", […] un "portefeuille de réseaux"[24]. »

L'espace et l'atopie

Nous venons de le voir, la concurrence peut être à l'œuvre dans l'espace. Elle va se jouer alors sur deux registres :

– concurrence entre lieux proches ayant des offres se recoupant en partie ;

– concurrence entre territoires sur le terrain de l'attractivité, une offre pouvant déplacer l'utilisateur, réorienter ses déplacements (c'est le cas de figure classique du commerce de proximité ruinée par la grande surface).

Mais il existe également une concurrence entre ce qui est spécialisé et ce qui ne l'est pas, qui est donc atopique (sans lieu de référence). Nous l'avons dit, l'utilisateur veut avoir les services à sa main sans avoir à se déplacer pour en jouir, et l'une des figures majeures de ce nomadisme, c'est paradoxalement le domicile.

---

23. « LA SOLUTION/Après l'insurrection du 17 juin [1953]/Le secrétaire de l'union des écrivains/Fit distribuer dans la Stalinallee des tracts/Sur lesquels on pouvait lire que le peuple/Avait perdu la confiance du gouvernement/Et que c'est seulement en redoublant ses efforts/Qu'il parviendrait a la reconquérir. Mais ne serait-il/Pas pourtant plus simple que le gouvernement/Dissolve le peuple et/En désigne un autre ? », BRECHT, Bertolt, *Werke*, Große kommentierte Berliner und Frankfurter Ausgabe, sous la dir. de Werner Hecht, Jan Knopf, Werner Mittenzwei, Klaus-Detlef Müller. Vol. 12, Gedichte 2, Frankfurt am Main, 1988 (poème traduit par Dominique Lahary).

24. « Le projet territorial », *Ils ont choisi la campagne*, sous la dir. de KAYSER, Bernard, L'Aube (coll. Poche essai), 2004.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*
ISBN 2-84246-090-1

Voilà pourquoi les institutions spacialisées doivent se poser la question des services à distance. Ce faisant, elles échappent à toute limitation territoriale des utilisateurs, et, tant que le service n'est pas limité par l'obligation d'identification de l'employeur, ouvert à tout un chacun.

Il est ainsi possible, j'en ai fait l'expérience, de mettre en concurrence le service de réponse personnalisée à distance de deux bibliothèques : la Bibliothèque publique d'information[25] et la Bibliothèque municipale de Lyon[26].

Un léger décalage ?

Comment une bibliothèque peut-elle situer son offre dans l'univers concurrentiel ? On aborde volontiers la question sous l'angle de la différence. Encore faudrait-il énoncer laquelle.

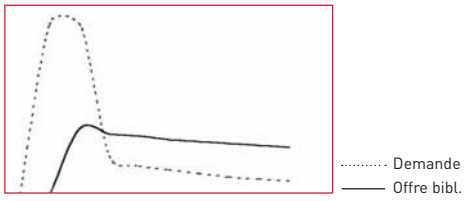
Je déconseille, pour se livrer à cet exercice, de prendre l'exemple des supports les plus récents : les bibliothécaires mettent des années avant d'établir un compromis entre offre et demande et abordent toujours un nouveau support en recommençant l'histoire de la bibliothéconomie, avec une politique documentaire strictement prescriptive, ce que j'avais ailleurs exprimé par la définition suivante : « un nouveau média, c'est un média auquel les bibliothécaires appliquent une bibliothéconomie ancienne[27]. »

Les deux gros points de friction entre la demande et l'offre concernent la nouveauté et la légitimité culturelle et scientifique : restriction d'un côté, distorsion de l'autre. Mais c'est peut-être sur la question du temps que la bibliothèque peut imaginer le mieux marquer sa différence.

Prenons l'exemple d'un vieux média : le livre imprimé. Il est constant que la vie du livre en librairie est courte et qu'il est rapidement malaisé de se procurer un titre, même en passant commande. La bibliothèque de son côté prétend conserver plus longtemps ses livres en rayon, ce qui les rend disponible à la demande sur titre, mais aussi, ce qui n'est pas mince, à la découverte sur les rayons.

De façon arbitraire, j'ai figuré schématiquement quatre types de cycles de vie d'un livre à l'aide de deux courbes représentant respectivement la demande et l'offre des bibliothèques.

• La rotation rapide



C'est le « livre éphémère », qui ne sera guère demandé au-delà de son cycle de mise en place en librairie.

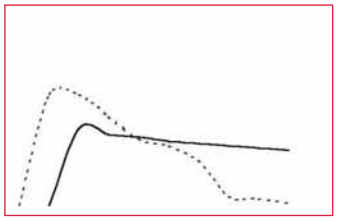
Il survit en bibliothèque, satisfaisant une demande marginale éventuelle.

25. Service des réponses à distance (RADIS) de la Bpi : http://www.bpi.fr.
26. Guichet du savoir de la bibliothèque municipale de Lyon : http://www.guichetdusavoir.org.
27. LAHARY, Dominique, « Du profil de poste au métier », *Bulletin d'informations de l'ABF*, n°164, 1994, http://membres.lycos.fr/vacher/profess/textes/metier3.htm.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

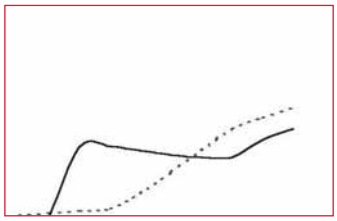
ISBN 2-84246-090-1

• La rotation moyenne



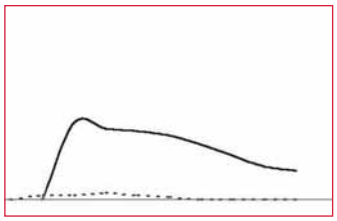
La persistance d'une demande place la bibliothèque en bonne position pour la satisfaire au-delà de la mise en place en librairie.

• La rotation lente



La lente montée de la demande fait que l'offre en bibliothèque, d'abord surdimensionnée, trouve enfin sa justification.

• La rotation nulle



Le livre a mené sa carrière en bibliothèque, mais n'a intéressé personne.

Dans l'idéal et sur un plan macroéconomique, si l'on veut bien ne pas cantonner cette expression à l'économie marchande, ce dispositif reviendrait à perpétuer une offre « au cas où » en faisant peser la charge du stockage sur les institutions publiques.

S'il coûte à l'industrie et à la distribution commerciale, le stockage coûte aussi aux institutions publiques en locaux, personnels et traitement (songeons par exemple au temps consacré au catalogage de livres jamais prêtés où dont le cycle de vie en bibliothèque aura été court).

Mais le stockage en bibliothèque sur les rayons en libre accès coûte aussi… en usagers, puisqu'un fonds non désherbé fait fuir[28]. Il se pourrait

28. Une collègue m'a raconté qu'ayant procédé à un important désherbage après sa prise de fonction dans une bibliothèque d'une commune de 5 000 habitants, elle a été félicitée par les usagers pour tous les « nouveaux livres » qu'elle avait achetés. Or, elle n'en avait pas encore acheté.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

bien que les bibliothèques, sur la double question de la nouveauté et du contenu de l'offre, ne présentent en définitive qu'un léger décalage avec le commerce du livre. Fécond en lui-même, ce décalage perdrait toute efficacité s'il se creusait.

Pour augmenter la capacité en offre de présentation, il faut compter sur la complémentarité entre petits et grands équipements. Et pour améliorer la capacité à fournir un titre ayant terminé sa carrière en librairie, il faudrait que les éliminations et le stockage de réserve soient gérés autrement que commune par commune. L'exemple de la réserve centrale des bibliothèques de la Ville de Paris est à cet égard éclairant[29].

Plaidoyer pour les politiques publiques

Le réel, fondement de toute politique

Pourquoi ce détour par le point de vue de l'usager ? Pour montrer que tant qu'on se cantonne au point de vue de l'offreur, avec éventuellement la perception d'une concurrence entre offreurs, on ne peut comprendre ce qui se passe.

Et tant qu'on positionne la bibliothèque comme étant par définition hors concurrence parce que hors marché, on ne comprend rien non plus, la vente ou la location de biens et de service n'étant qu'un élément parmi d'autre de l'univers concurrentiel.

L'idéologie du service public ne permet pas en elle-même de penser depuis l'utilisateur.

Ce n'est qu'après ce détour qu'on peut reconstruire, non pas une légitimité autoproclamée de la bibliothèque, mais une inscription de l'outil bibliothèque dans les politiques publiques : sachant ce que nous savons des usages et des besoins qu'elles révèlent, que veut faire la puissance publique (État, régions, départements, communes, établissements publics de coopération intercommunale…) ?

Deux questions peuvent être posées comme préliminaire à la définition des politiques :

– Que veut-on pour quelles catégories de population ?

– Sans intervention publique, qu'est-ce qui importe et qui n'est pas satisfait, ou satisfait autrement ?

Mais la puissance publique est aussi fondée à avoir un point de vue sur les concurrents réels ou supposés de la bibliothèque : on peut souhaiter par exemple que le commerce du livre vive (on n'ose plus parler de celui des disques). On peut ne pas vouloir du mal au loueur de vidéos du quartier.

Les objectifs ayant été établis, la conscience de l'univers concurrentiel permet de prendre en toute connaissance de cause des décisions telles que la nature de l'offre (politiques documentaires), les tarifications éventuelles, les heures d'ouverture, etc.

Prenons l'exemple des accès à l'Internet.

29. Recevant le produit du désherbage des bibliothèques publiques, la réserve centrale de la Ville de Paris le trie en trois parts (stockage, don, élimination) et honore les demandes individuelles des usagers, son fonds étant localisé sur le catalogue.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005

ISBN 2-84246-090-1

Si nous raisonnons du point de vue de la bibliothèque autocentrée, nous disons : « Puisque notre métier c'est de sélectionner des ressources documentaires et culturelles, passons du temps à la sélection de site et proposons le résultat de ce travail aux usagers » : voilà une offre sans concurrence… parce qu'elle n'intéresse guère.

Si nous raisonnons du point de vue de la population, nous constatons des usages installés (l'Internet est un média global sur lequel les gens n'imaginent pas d'autres pratiques que la libre navigation), des utilisateurs parfois déçus ou désorientés, une frange de population n'ayant pas accès.

En termes de politiques publiques, on peut par exemple en déduire les objectifs suivants :

– Pour la population déjà utilisatrice, libre navigation banalisée (puisque l'Internet est partout, autant qu'il soit aussi à la bibliothèque) ;

– Pour la population désorientée, aide personnalisée ou sessions d'initiation ;

– Pour ceux qui n'ont pas accès, la bibliothèque prend place dans le paysage des accès publics.

Quelques principes

Pour asseoir le positionnement politique de la bibliothèque dans l'univers concurrentiel, je propose de nous appuyer notamment sur les trois principes suivants :

• Positionner la bibliothèque comme plate-forme de service et lieu de vie.

Ce qui peut caractériser la bibliothèque, si on veut bien le lui en donner des moyens, c'est d'être une plate-forme de services divers : juxtaposition des contenus et des supports, animation et action culturelle, consultation sur place… et tout simplement lieu où l'on peut rester, seul ou en groupe, pour peu qu'il y ait chauffeuses, tables et chaises. Certes on ne rentre pas forcément dans une librairie pour y acheter, mais il n'y a le plus souvent guère autre chose à faire que de feuilleter en station debout. L'importance croissante de la fréquentation de non-inscrits en bibliothèque est bien connue, et l'on sait qu'une faction non négligeable stationne sans utiliser les ressources documentaires proposées.

« Des tables et des chaises ! » Voilà un service signalé que les pouvoirs publics peuvent rendre grâce à leurs bibliothèques, maisons communes des temps modernes. Il n'y en a souvent pas assez et on peut se demander si bien souvent on ne pourrait pas ôter quelques rayonnages pour leur faire de la place.

Je me réjouis de l'essor de la « poldoc[30] ». Mais je rêve d'une « poltec » : politique des tables et des chaises. Il y aurait d'ailleurs de quoi alimenter toute une littérature professionnelle : Chauffeuses et/ou tables et chaises ? Concentration et/ou éclatement ? Salles distinctes et/ou inclusion dans l'espace commun ? Tables collectives ou carels individuels ? Tables rondes ou rectangulaires, alignées ou séparées ? Mais aussi : Comment gérer la pluralité des publics séjourneurs, empêcher que l'un chasse l'autre ?

30. Du nom du site dédié aux politiques documentaires : http://www.enssib.fr/poldoc.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

Il y a sur les tables et les chaises un manque dramatique de concurrence. Largement démontrée sur la place de Paris, cette pénurie existe aussi en bien d'autres endroits de notre pays. Les premières victimes en sont, semble-t-il, les 15-25 ans[31].

Accepter une certaine instrumentalisation de la bibliothèque

L'affaire est délicate puisque l'on a, à juste titre, condamné l'instrumentalisation des bibliothèques par des municipalités d'extrême-droite comme Orange ou Vitrolles au profit d'une vision étriquée et idéologique de la culture ou celle du maire de Saint-Prix qui, critiquant la publication par les éditions Calmann-Lévy du livre de Patrick Henry, ce qui pouvait se concevoir, fit savoir qu'il retirait de la bibliothèque municipale tous les livres de cet éditeur[32].

Mais ne peut-on admettre que la lecture publique, renonçant à ce qui est parfois son splendide isolement, peut être un « segment de politique publique[33] », qu'elle peut dans une politique locale globale servir à quelque chose ? La bibliothèque peut être une composante de l'attractivité d'un territoire, et entrer délibérément dans une stratégie visant à attirer des catégories de population comme les cadres, les classes moyennes. Elle peut être un agent de lien social, faciliter dans une ville, un quartier, un village, la rencontre entre semblables et entre différents. Elle peut être un outil d'intégration ouvert à des groupes d'adultes ou aux actions de soutien scolaire. Tout ceci se fait dans bien des endroits et ne peut que favoriser l'inscription de la lecture publique à l'agenda des décideurs locaux.

Dépasser la cohérence interne et accepter la segmentation des publics

Nous sommes obsédés par la cohérence interne de nos collections, signe d'une posture autocentrée : l'ensemble de l'offre d'une bibliothèque devrait obéir à un principe d'équilibre[34].

Plutôt que d'être équilibrée sur elle-même, ne doit-elle pas l'être avec la société qui l'entoure ? Force est alors d'accepter une certaine segmentation du public, de penser l'offre en rapport avec des blocs de public divers, ce qui peut autoriser la coexistence dans un même bâtiment de politiques documentaires diversifiées. Force est aussi de ne pas raisonner établissement par établissement et commune par commune : voilà posée la question territoriale.

Pour une politique territoriale de lecture publique

Nous l'avons vu plus haut[35], il n'y a plus de monopole territorial, la maîtrise d'une population sur un territoire est illusoire, au moins dans le domaine de l'urbain et du péri-urbain qui concerne désormais l'écrasante majorité de la population.

---

31. « Les 15-24 ans forment une catégorie d'usagers ayant des comportements tout à fait spécifiques. Ils viennent en général plus régulièrement à la bibliothèque et y restent plus longtemps. […] Ce sont eux qui utilisent le plus la bibliothèque pour faire autre chose qu'emprunter des documents. » *Usagers et usagers des bibliothèques publiques en Pays de France et Plaine de France*, *op. cit.*, (voir note 15).
32. Ces faits se sont déroulés en 2003. La mesure a heureusement été rapidement levée.
33. Expression employée par Michel Bourumeau, directeur de la bibliothèque départementale du Pas-de-Calais, lors des journées de l'ADBDP de 2003, http://www.adbdp.asso.fr/association/je2003/bertrand.htm.
34. Terme figurant dans le décret sur le contrôle technique des bibliothèques, et qui fonde leur inspection.
35. Voir p. 64, Le contraire de la concurrence.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

ISBN 2-84246-090-1

Mais dès qu'on étend le périmètre d'une gestion politique, on réduit les écarts entre territoire géographique et territoire administratif. On peut ainsi maîtriser, si on le veut bien (si les élus le veulent, si les dirigeants territoriaux le veulent, si les bibliothécaires le veulent), des synergies et des complémentarités entre bibliothèques, autrement que par le jeu hasardeux des juxtapositions et des concurrences.

La démultiplication jusqu'à la plus petite échelle du modèle de la bibliothèque encyclopédique pour tous n'a pas de sens. Chaque bibliothèque n'a pas à prétendre répondre à tous les besoins, tous les usages, tous les publics, mais à constituer un des points d'entrée d'un complexe de services.

Ainsi peut-on combiner la proximité et la largeur de l'offre, la convivialité et le service de masse, la présentation sur les rayonnages et la réservation sur titre, y compris grâce au prêt entre bibliothèques ou à la circulation des documents au sein d'un réseau.

L'intercommunalité est ainsi susceptible d'élever le niveau de rationalité de l'action publique, dans ce domaine comme dans bien d'autres. Mais ce n'est bien sûr pas le seul cadre possible, et les différentes formes de coopération et d'organisation, y compris l'action des bibliothèques départementales, ont leur rôle à jouer.

Il est fréquent que des bibliothécaires salariés ou bénévoles ressentent avec douleur la concurrence d'un établissement qui attire dans leur zone de chalandise par une offre supérieure. Nous pourrions nous donner cet objectif : au moins ne nous faisons pas concurrence entre nous. Pensons complémentarités, puisque de toute façon les usagers le font, et règlent bien leurs déplacements selon la trilogie des étoiles des guides verts Michelin : « vaut le voyage », « mérite un détour », « intéressant ».

Conclusion

« Le bibliothécaire est un intermédiaire actif entre les utilisateurs et les ressources. », Manifeste de l'UNESCO sur la bibliothèque publique, 1994[36].

« D'une manière générale, toute bibliothèque doit s'inscrire dans un ensemble organisé dont l'objectif est de fonctionner en réseau. En conséquence, toute demande doit pouvoir être satisfaite », Charte des bibliothèques adoptée par le Conseil supérieur des bibliothèques le 7 novembre 1991[37].

« Le bibliothécaire s'engage dans ses fonctions à […] répondre à chaque demande, ou, à défaut, la réorienter », Code de déontologie du bibliothécaire adopté lors du conseil national de l'ABF le 23 mars 2003[38].

Ces proclamations audacieuses sont peut-être à nuancer dans l'univers concurrentiel où nous sommes : la bibliothèque ne répondra jamais à « toute demande » parce que ce n'est pas à elle qu'on demandera tout. Mais elles invitent à ne pas faire perdurer au moins la concurrence entre bibliothèques, au profit d'un réel fonctionnement en réseau.

36. http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/libraman_fr.html
37. http://www.enssib.fr/autres-sites/csb/csb-char.html
38. http://www.abf.asso.fr/IMG/pdf/codedeonto.pdf

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

Finalement, nous pourrions retourner le titre de ce colloque : « Publics : quelles attentes ; bibliothèques : quelles concurrences ? », en nous demandant : « Public s: quelles concurrences ; bibliothèques : quelle attente ? ».

Car c'est bien le public qui organise la concurrence à son profit, tandis que les bibliothèques sont ces temps-ci en attente… de se situer dans un paysage mouvant. Je suggère qu'avant d'attendre une loi qui les situerait par rapport aux institutions, elles s'attachent à se situer par rapport au public.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*
ISBN 2-84246-090-1

Synthèse du colloque

Jean-François Jacques[1]

L'intitulé général de la journée a eu un double mérite : celui de susciter des interrogations sur l'emploi d'un terme inhabituel dans la culture du service public, celui de situer d'emblée la problématique de la concurrence dans la sphère de la demande. Cela a suscité des interventions si fécondes qu'il est difficile d'en faire, à chaud, une synthèse.

Dès les interventions liminaires, le terme de « concurrence » a été relevé dans un sens positif : « concurrence féconde » pour Jean-Noël Jeanneney, « modernisation, réponse à la concurrence » pour Marie-Anne Toledano qui distingue d'emblée la concurrence entre bibliothèques de la concurrence culturelle entre secteur public et marché des biens culturels.

Le premier aspect sera en quelque sorte un des thèmes de la deuxième partie de la matinée, s'agissant du public étudiant et de ses modes de fréquentation des divers types d'établissements de Paris.

Le deuxième aspect n'est pas abordé par Alain Lefebvre sous un angle directement économique, mais sous l'angle de la diversité des pratiques de « l'individu social », et de sa nouvelle mobilité dans des territoires élargis. Alain Lefebvre utilise cette notion d'individu social parce qu'il n'est ni convaincu par le libéralisme qui fait des choix individuels librement déterminés le seul moteur des comportements, ni par l'inquiétude, voire la « désespérance culturelle » engendrée par une sociologie trop « bourdieusienne », qui risque de subordonner l'observation du comportement individuel à celui de son seul groupe social.

Alain Lefebvre confronte la notion géographique de proximité (comme abri, comme recherche de l'anonymat, comme espace de ressourcement individuel) à l'observation des « nouvelles mobilités » : les déplacements pour les loisirs ont crû de manière considérable au cours de la dernière décennie (20 % en nombre, 8 % en temps). Cette mobilité, largement liée à la « bi-résidentialité », à l'investissement affectif dans la résidence secondaire, mais aussi à la dispersion croissante de l'offre, devient « multiterritorialité », engendre une nouvelle perception du territoire : au territoire de vie, territoire de proximité géographique – celui, réducteur, de la « démocratie de proximité » –, se superpose le « territoire perçu », ou « territoire mental » : « les territoires qui nous habitent ne sont pas ceux que nous habitons ». Alain Lefebvre nous conseille donc de rechercher des équipements « à proximité » plutôt que des équipements « de proximité ». Cette nuance – elle a été discutée au cours de la journée – est censée rendre compte de la complexité des territoires des « habitants » – publics et non-publics. Les acteurs culturels peuvent-ils alors être ces « passeurs de territoires », les bibliothécaires peuvent-ils aller au-delà du rôle qu'ils s'assignent habituellement d'être des agents promotionnels dans leur seul territoire géographique ? Comment sortir de la standardisation, favoriser ce passage par la diversité, par la production d'une « plus-value » territoriale ?

1. Secrétaire général du Conseil supérieur des bibliothèques.

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*

ISBN 2-84246-090-1

Sur un registre différent, nous retrouvons cette complexité au fil des analyses successives de quatre enquêtes sur les publics des différents équipements parisiens.

Première surprise constatée par Yves Alix : si la population n'est formellement inscrite dans les bibliothèques municipales qu'à 13,95 %, un tiers des Parisiens déclare être inscrit dans une bibliothèque : est-ce le poids des autres réseaux ? En tout cas, 44 % des Parisiens déclarent avoir « un rapport quelconque » avec les bibliothèques : c'est un public plus jeune, plus féminin, plus « consommateur culturel » que l'ensemble de la population : ce en quoi les bibliothèques parisiennes ne diffèrent pas des autres ! Leur notoriété est largement supérieure à leur fréquentation, dans laquelle on retrouve la mobilité montrée par Alain Lefebvre : si les Parisiens sont très attachés à leur bibliothèque de proximité, si une majorité d'entre eux s'y rend à pied, une majorité aussi pratique la multi-fréquentation : alliance du proche et du lointain, dans un même territoire culturel ? Est-ce pour rechercher ailleurs ce qu'ils attendent – même s'ils sont globalement satisfaits : plus de services, notamment liés à l'Internet, plus de place ?

Le public de la Bpi est tout à la fois plus difficile à saisir, et plus homogène – trop homogène sans doute aux dires d'Olivier Chourrot. D'une année à l'autre, plus d'étudiants, plus de mono fréquentation, plus de femmes et plus de littéraires, plus de temps de présence, plus de solitaires, plus de « touche-à-rien », plus de file d'attente – jusqu'à cinq heures, ce qui a particulièrement impressionné… Quelles sont les activités pratiquées au cours de ces longs moments d'attente ? La lecture ? On constate aussi plus de volatilité : très assidu pendant quelques mois, ce public se renouvelle ensuite très vite. En juillet, changement radical : les étudiants laissent la moitié des places à un public d'actifs, plus littéraires, plus diplômés. Il n'est pas étonnant que la Bpi appelle à une plus grande concurrence, et demande aux autres réseaux de mieux accueillir les étudiants.

Les étudiants, avec les lycéens, forment aussi le public dominant du Haut-de-jardin de la BnF, constate Romuald Ripon. Ont-ils chassé les autres publics, actifs ou retraités ? Ils viennent en tout cas de loin : de la petite couronne à 33 %. Très satisfaits des espaces de travail, de l'ambiance, de l'accueil, ils sont aussi plus « séjourneurs » qu'à la Bpi, mais semblent dans leur majorité méconnaître encore les ressources électroniques et audiovisuelles : cette question de « l'invisibilité » de la documentation en réseau est propre à l'ensemble des bibliothèques, et nous obligera à une réflexion approfondie sur notre rôle dans ce domaine.

Denis Bruckmann propose des pistes d'actions qui ne sont ni plus ni moins que du « marketing » – mais le mot n'est pas prononcé : opération gratuité, nouveaux tarifs, extension des horaires, amélioration de la signalétique et de la promotion de services renforcés. La BnF fera aussi des propositions documentaires plus ciblées, dans les domaines de l'actualité et du patrimoine, ainsi que de la presse, pour donner une image moins « académique » à son offre.

L'obstination des étudiants face à la pénurie de places en bibliothèque a de quoi rendre optimiste : le déficit, analysé par Daniel Renoult, est de

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1

l'ordre de 7 000 places, mais 67 % des étudiants d'Île-de-France utilisent les bibliothèques universitaires une à plusieurs fois par semaine. Pour près de la moitié d'entre eux, il s'agit d'abord de trouver un espace de travail : ce constat interroge à la fois l'offre documentaire – le déficit de documents en prêt ou en libre accès est souligné, mais aussi le marché du logement étudiant. La discrimination sociale induite par cette situation, comme par les temps d'attente (53 minutes en moyenne) est inquiétante et contradictoire avec la démocratisation réelle de l'accès aux études supérieures. Enfin, autre motif d'optimisme, les étudiants sont grands lecteurs de presse et de livres, et bons acheteurs : on retrouve ici le constat très général des enquêtes sur les pratiques culturelles, qui en souligne le caractère cumulatif.

Stéphane Wahnich, dans la synthèse proposée de cet ensemble d'études, souligne ce double parcours des publics des bibliothèques : parcours de la pénurie – celui des étudiants –, parcours de rencontre – celui des familles. Mais ces publics ont tous les mêmes attentes : attentes d'une meilleure visibilité des bibliothèques, d'une plus grande modernité, de meilleurs services répondant à la logique sociale des parcours de vie. Le constat fait ici contredit un peu le postulat des bibliothécaires (aller à la recherche des publics) : il n'y a pas pénurie de publics, mais nécessité d'un meilleur partage des rôles, de meilleures réponses des bibliothèques aux attentes de leurs publics cibles – les lycéens et les collégiens pour la Ville de Paris par exemple. Au-delà, un travail au niveau de l'Île-de-France est nécessaire.

Avec Patrick Bazin, nous avons quitté le champ de l'enquête, pour retrouver une réflexion plus philosophique sur la place des bibliothèques dans « l'univers mental » des individus : à l'apparent pessimisme qui lui fait constater leur perte d'attractivité, le moindre attachement des publics et leur plus grande volatilité, il répond en réaffirmant leur place dans les processus d'appropriation du savoir, dans la remédiation à la prolifération anarchique de l'information et des pratiques individuelles. Nous persistons, dit-il, à gérer le savoir en termes de collection, dans un mouvement de *top down* – le savoir vient d'en haut, alors que la pratique sociale est maintenant dans le *bottom up* – on s'élève à partir de la base. Il nous faut dépasser notre position de « surplomb », d'accumulation et de prescription : le livre est opérateur de communication, les bibliothèques devraient être opératrices de communication entre personnes, avec leur intimité, cherchant à s'exprimer dans un contexte général. Dans ce contexte de « bibliothécarisation du monde », il ne faut pas que les bibliothèques continuent à créer des « espaces séparés », obligeant à un long détour : les métaphores auront filé tout au long de cette journée, jusqu'à la notion d'archipel des espaces publics, dont les bibliothèques devraient occuper les espaces interstitiels.

Cherchant à dépasser l'opposition habituelle des oppositions espaces marchands/espaces non marchands, des oppositions rentabilité/gratuité, Bernadette Seibel nous propose de prendre en compte les fortes évolutions extérieures qui structurent la demande. De nouveaux modèles de distinction des espaces de libre accès et de libre consommation apparaissent, motivés par l'expression de la sociabilité, l'animation et la qualité implicite de

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005

ISBN 2-84246-090-1

l'offre, la demande croissante de diversification de l'offre et de sa capacité à prendre en compte l'actualité. Les logiques des divers circuits de diffusion – librairies, grandes surfaces culturelles, clubs et bibliothèques – seraient à cet égard plus proches qu'on ne le pense. La plus-value culturelle que ces dernières peuvent apporter se situe donc plus sur le plan de l'innovation, de la limitation du risque par la médiation, dans le champ social, la médiation dans le champ de la production restant l'affaire du libraire.

L'offre de cinéma documentaire en bibliothèque est un excellent exemple de cette capacité des bibliothèques à accompagner les évolutions culturelles. Elle a fait l'objet d'une enquête de SCP communications, dont Christophe Evans nous rend compte. La « culture de l'écran » est pratiquée par plus d'un million et demi de cinéphiles érudits, mais leur pratique en bibliothèque est encore mal connue en ce qui concerne la fiction. La progression du DVD est fulgurante : la capacité des bibliothèques à accompagner l'innovation se mesurera aussi à la rapidité d'introduction de ce support ! En ce qui concerne le film documentaire, sa pratique se situe, là encore, dans le cumulatif déjà constaté : les cinéphiles sont de grands lecteurs, fidèles des bibliothèques, mais aussi de gros acheteurs. Une enquête semblable concernant la fiction est éminemment souhaitable.

Malgré sa très grande taille, la bibliothèque de Rotterdam, présentée ici par son directeur Frans Meijer, se veut être une « maison pour chacun ». Pour définir la ligne de conduite de sa rénovation complète, Frans Meijer a listé les termes-clés de la transformation sociale : individualisation, indépendance, goût du « sur-mesure », digitalisation, « tout au long de la vie », multiculturel, culture transversale, loisirs. De là découlent, de manière très pragmatique, les quatre axes des évolutions à mener :
– Organisation : anticipation, innovation ;
– Service : self-service, diversité ;
– Design intérieur : flexibilité, autonomie ;
– Présentation : expérimentations, animations et événements.
La bibliothèque de l'avenir est centre de connaissance, de rencontre, de communauté, d'expérience. Retenons aussi cette leçon : *less is more*, le moins est le mieux, le qualitatif vaut mieux que le quantitatif : désherbons !

Et si la bibliothèque allait jusqu'à disparaître, au fil des mutations conséquences de l'irruption des technologies numériques dans la société contemporaine ? Poussant à bout cette hypothèse, Dominique Lahary postule cependant – ouf ! – sa « réapparition ». Ce détour maïeutique nous oblige à poser les termes de la concurrence : le coût et la gratuité, la rapidité et/ou la proximité (800 mètres ou ¼ d'heure ?) ; l'exhaustivité, mais laquelle : celle de l'usager par rapport à sa demande, ou la nôtre ? la commodité ; la facilité de copie personnelle. Dans un système consumériste, tout est légitime, ou du moins chacun produit sa légitimité : ce processus met à mal notre offre, et fait exploser les modes de sociabilité. Alain Lefebvre parlait de mobilité, Dominique Lahary parle de nomadisme, incluant l'espace virtuel qu'est l'Internet, et la perte de « monopole de l'imaginaire » dont jouissaient les bibliothèques, puisque cet espace de l'imaginaire est main-

© *Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005*
ISBN *2-84246-090-1*

tenant à domicile. La question centrale n'est donc pas de concurrencer la librairie, qu'elle soit de proximité ou pas, mais de se demander, sachant ce que nous savons des usages et des besoins, ce que peut faire la puissance publique. En tout cas, « parler de tables et de chaises, de plate-forme des services et de lieux de vie ». Dominique Lahary fait lui-même la synthèse de la journée, renversant la proposition initiale pour se demander : « Publics, quelle concurrence ? Bibliothèques, quelles attentes ? »

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2005
ISBN 2-84246-090-1